



GOURMET

PLACERES

Año 02 | N° 18 | 2025



HECTOR & PABLO DURIGUTTI

De las raíces a la vanguardia

Revistas.PeruRadio.net.pe

Pisco, para que lo digas con conocimiento

Es un domingo lento en Lima. El sol cae como un telón polvoriento sobre los balcones coloniales, y en la mesa de madera vieja hay una copa de pisco puro, quebranta, sin hielo. Es un ritual, más que un trago. El espirituoso brilla, aceitoso y claro, y al probarlo siento, no sé por qué, que la historia me habla. Porque el pisco, en Perú, no es solo una bebida. Es un idioma. Es una geografía. Es el resultado líquido de una serie de cicatrices coloniales, de plantaciones de uva traídas por los españoles en el siglo XVI y de alambiques escondidos tras las paredes de haciendas costeras. Hay quienes dicen que toda bebida tiene un espíritu; el pisco tiene un pasado. Y como todo pasado disputado, también tiene enemigos. Desde hace décadas, Chile insiste en llamar pisco a su destilado de uva. Una afirmación que, si no fuera tan persistente, sería casi cómica. Porque los mapas —esos testigos mudos de la historia— no mienten. El primer mapa donde aparece el nombre Pisco data de 1574. El puerto ya era conocido por exportar aguardientes en vasijas de cerámica cocida. No por nada los cronistas hablaban de ‘los piscos de Pisco’.

Más contundente aún es el testamento de Pedro Manuel ‘el Griego’, un personaje casi mítico que dejó registrado en 1613 que poseía botijas de aguardiente de uva. Ese documento, hallado en Ica, es la prueba escrita más antigua de la destilación de uva en América. Hay otros registros incluso más viejos: en 1604, un documento en Arequipa menciona la venta de un alambique. Y en 1580, las crónicas ya hablaban de los viñedos extendiéndose en los valles del sur peruano, desde Ica hasta Tacna, como una piel morena hecha de sol y cepa. Chile, en cambio, no plantó su primera vid hasta bien entrado el siglo XVII, y no hay registro alguno de producción de aguardiente antes del siglo XVIII. Lo que allí llaman pisco es más joven, más turbio en su origen, y producido bajo parámetros industriales que poco tienen que ver con el método artesanal, lento y casi espiritual que aún se practica en los valles de Ica o Caravelí. Sin embargo, la disputa legal persiste. Como si la historia pudiera votarse en una corte.

En 1931, Perú protegió la denominación de origen del Pisco. Chile hizo lo propio en 1936. Pero cuidar no es sinónimo de origen. Uno puede resguardar lo ajeno. La diferencia está en los silencios: en el caso peruano, no hay mutismo. Hay siglos de documentos, mapas, botijas, poemas, y una cultura entera que respira este destilado. En el caso chileno, hay marketing. No se trata de una guerra entre dos naciones ni de un capricho nacionalista. Es una batalla simbólica, sí, pero también económica y cultural. Como el lenguaje, los nombres importan. Llamar Pisco a algo que no nace en Pisco —no en el puerto, no en sus alrededores, no en los antiguos valles viníferos del Perú— es como llamar champagne al espumante de cualquier supermercado.

Pero más allá de la polémica, hay una verdad que no necesita embajadas ni jueces: está en el paladar, en la historia y en la tierra. El Pisco peruano no es una invención, sino una herencia. Una forma de recordar que fuimos capaces, incluso en medio de la conquista, de transformar la vid en poesía, el alambique en arte, y el olvido en memoria embotellada. Por eso, cada vez que sirvo una copa, no celebro un trago. Celebro la resistencia de una historia que se niega a ser robada. Y la magia sigue estando en la diversidad, en esas ocho cepas que derraman peruanidad por todos sus polifenoles, en esos viñedos arenosos, saltrisos, rocosos, que pulen de matices la nariz y la boca de los Piscos que nacen allí. Es así, ya con más de 25 años catando piscos y habiendo recorrido todos los valles pisqueros de Perú, no me queda más que seguir disfrutando de su espíritu.

John Santa Cruz Manco
CEO & Fundador





**RON
MEDELLÍN®**



IMPORTADO POR:  **YICHANG**

TOMAR BEBIDAS ALCOHÓLICAS EN EXCESO ES DAÑINO

CONTENIDO





50

TESOROS DE
PEDERNAL

56

TRAVESÍA
RONERA

60

ALQUIMIA LÍQUIDA



66

COCTELERÍA EN
MOVIMIENTO

70

REVALORIZAR
LO NUESTRO

76

SABOR
AUTÉNTICO

80

ELEVANDO
LA CERVEZA

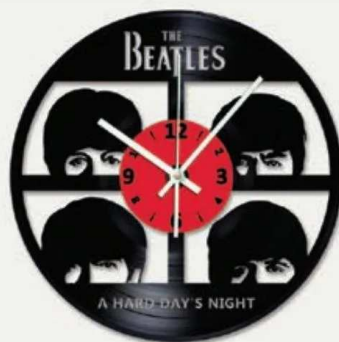
LA MATERIA



NO SE CREA NI SE DESTRUYE



SOLO SE TRANSFORMA



RE CICLAMOS
UTILIZAMOS

Relojes hechos con discos de vinilo. Descubre estos y más productos originales ingresando a:

www.dientedeleon.pe



STAFF

CEO & Fundador

John Santa Cruz Manco

Editora General

Valeria Isabel Burga Bobadilla

Edición Web & Content Manager

Fabiana Deekes Ibárburu
Maria Pía Santa Cruz

Diseñador Gráfico

Gustavo Panta Vera

Jefe de Marketing

Claudio Castillo Ortiz

Coordinador Comercial

Rafael Pizarro

Redactores

Samira Ode
Marco Antonio Falcón
Manuel Meza
Kevin Aliaga
Ines Livisi
Gabriela Peralta

Producción

Jean Perez Centeno
Olenka Chavez Sokolowsky
Joaquín Cruzado Valdivia
Juan Paul Manco
Pilar Lopez
Jacqueline Torres
Claudia Aguilar Valdivia

Fotografía

Daniel Yong
Cristhian Cisneros
Franco Gallegos
Steven Rodriguez

Webmaster

Erick Cajas

Community Management

Yeline Arce
Silvia Gil
Valeria Infante
Claudia Ríos

Columnistas

Soledad Marroquín
Samuel Hurtado Cárdenas
Livio Pastorino Wagner
María Elena Cárdenas
Juan Diego Romero
Silvia de Tomas
Rosa Bonilla Peralta
Juan Pablo Robles
Jasmine Rincón



Importado y
distribuido por
L.C. GROUP S.A.C.

RON CENTENARIO.

EL RON DE COSTA RICA



TOMAR BEBIDAS ALCOHÓLICAS EN EXCESO ES DAÑINO



BROCHE DE ORO

La artista colombiana Shakira incluyó una tercera fecha en Lima como parte de su gira 'Las Mujeres Ya No Lloran World Tour', tras el concierto cancelado en febrero por motivos de salud. Las funciones del 15 y 16 de noviembre se agotaron rápidamente, y la nueva fecha del 18 de noviembre fue anunciada como la última oportunidad para verla. La cantante interpretará temas clásicos como Antología y Hips Don't Lie, así como nuevos hits como Bzrp Music Sessions #53 y TQG. Se espera que los tres conciertos tengan una producción a gran escala, similar a los shows en otras capitales, y que marquen uno de los hitos musicales más importantes del año en el país.

CHOCOLATE ARTESANAL

La Ibérica, la emblemática chocolatería fina del Perú con más de un siglo de tradición, inaugura en Lima su primera tienda bajo el sello La Ibérica Chocolatier. El espacio, ubicado en el Centro Comercial Real Plaza Salaverry, introduce una propuesta de lujo que rinde homenaje a las raíces artesanales de la marca y lanza más de 50 nuevos productos de alta gama elaborados en un taller exclusivo. Inspirada en las recetas originales de su fundador Juan Vidaurrezaga Menchaca, la línea Chocolatier recupera la esencia de los chocolates artesanales que dieron origen a la marca en 1909. En esta nueva etapa, La Ibérica reafirma su compromiso con la excelencia, combinando técnicas europeas con ingredientes locales de primera calidad.



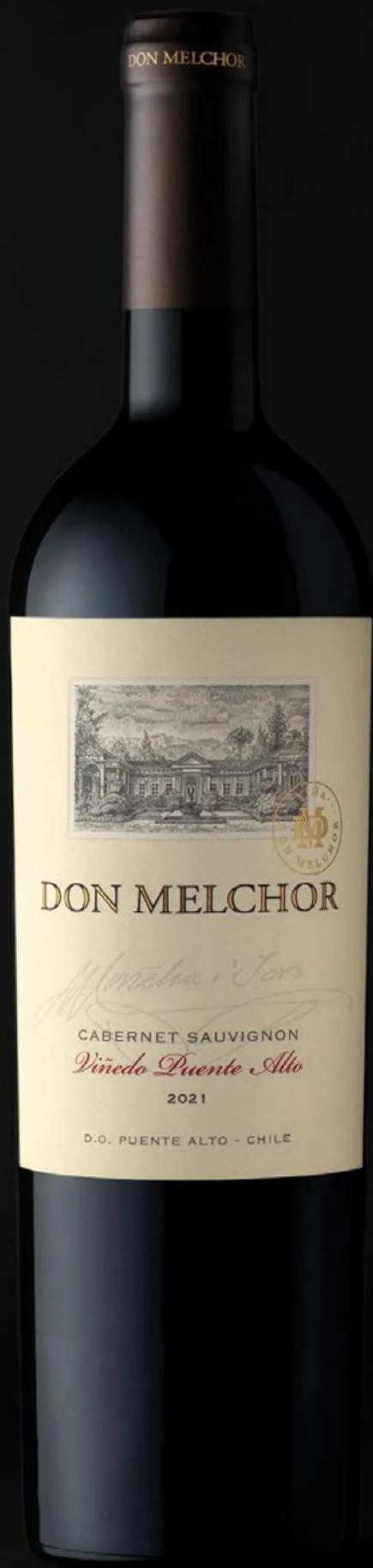
CLÁSICO DE CHESPIRITO

Netflix ha confirmado que El Chavo del 8 estará disponible en su catálogo a partir del 11 de agosto de 2025 en América Latina, excluyendo España. Tras varios años fuera de los canales tradicionales por conflictos de derechos, la serie vuelve cargada de nostalgia y expectación, lista para conquistar de nuevo a la audiencia que creció riendo con las ocurrencias de Don Ramón, Quico, Doña Florinda y La Chilindrina. Este relanzamiento llega luego del éxito de Chespirito: Sin querer queriendo, la bioserie sobre la vida de Roberto Gómez Bolaños estrenada en junio por la plataforma HBO Max. La producción biográfica despertó una ola de interés por el legado de Chespirito, y abrió el camino para que Netflix recuperara uno de los títulos más emblemáticos de la televisión en español.

CUMBIA AMAZÓNICA

Como parte de las celebraciones por Fiestas Patrias 2025, Supermercados Metro convirtió una tarde de compras en una fiesta de identidad y música en vivo. El miércoles 23 de julio, los clientes del local Metro La Hacienda, en San Juan de Lurigancho, vivieron una experiencia única: un concierto gratuito de Los Mirlos, la emblemática banda de cumbia amazónica que puso a bailar a todos con sus clásicos más vibrantes. La iniciativa forma parte del compromiso de Supermercados Metro por fortalecer el vínculo con sus comunidades y celebrar lo que nos une como peruanos: nuestra música, nuestras tradiciones y nuestra identidad colectiva.





Mancha y Toro
DON MELCHOR
2021

#1

“VINO DEL AÑO”

**TOP 100 VINOS
DEL MUNDO**

Wine Spectator | 2024

VIÑA CONCHA Y TORO

TOMAR BEBIDAS ALCOHÓLICAS EN EXCESO ES DAÑINO

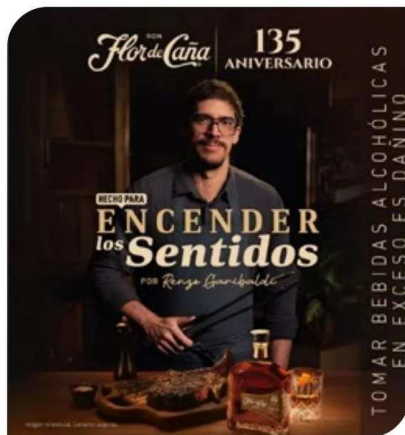


VERSATILIDAD Y ELEGANCIA

La reconocida Bodega Murga, con más de una década de experiencia en la producción de piscos artesanales, presenta oficialmente su esperado Pisco Murga Acholado, una nueva propuesta que marca un hito en su línea tradicionalmente monovarietal. Esta vez, la bodega apuesta por la mezcla equilibrada de uvas aromáticas y no aromáticas, logrando un destilado que captura lo mejor de cada variedad. El nuevo Pisco Murga Acholado es una combinación excepcional en la que predomina la personalidad vibrante de la uva Italia, conocida por su carácter extrovertido, acompañada por la sobriedad y elegancia de variedades como Quebranta y Negra Criolla, que aportan cuerpo y matices finos al resultado final.

ENCENDER LOS SENTIDOS

Flor de Caña, reconocido internacionalmente como el ron más sostenible del mundo, lanza en Perú su nueva campaña «Hecho para encender los sentidos», en colaboración con el chef Renzo Garibaldi, maestro del fuego y referente de la alta cocina. Esta alianza celebra 135 años de tradición, pasión y legado, a través de experiencias gastronómicas que combinan lo mejor del ron premium con los rituales de la parrilla. Del 1 de julio al 31 de agosto de 2025, Flor de Caña invita a sus consumidores a ser parte de esta celebración única.



POEMAS DE PAPEL

En las salas de la Galería Martín Yépez, el papel deja de ser simple soporte para transformarse en materia viva: se enrosca, se pliega y se eleva en formas que hablan del tiempo, la delicadeza y el oficio. A través de la técnica de la filigrana, un colectivo de artistas peruanas y latinoamericanas convierte lo mínimo en mensaje, creando paisajes visuales que se sienten como susurros sostenidos en el aire. La exposición estará abierta al público del 9 al 30 de agosto de 2025, de lunes a sábado, en horario de 11:00 de la mañana a 7:00 de la noche, en la sede de la Galería Martín Yépez, ubicada en Av. Nicolás de Piérola 938, frente a la Plaza San Martín.



ODA AL PISCO

Con motivo del Día del Pisco (27 de julio), el restaurante Ozu, conocido por su propuesta de fusión peruano-asiática, presentó una carta de cócteles de autor, que rinde homenaje a la bebida bandera de Perú a través de sabores peruanos, japoneses y tailandeses. Cada cóctel combina la elegancia del pisco con insumos como lychee, maracuyá, licor de melón y salsa tare, reflejando el espíritu de fusión gastronómica que los caracteriza. Visítalos en Av. Benavides 4862, Surco.



Mahou



MADRID DESDE 1890



“Mahou 0,0 Tostada es el resultado del saber hacer de los maestros cerveceros, que permite disfrutar de toda la esencia de una cerveza tostada en cualquier momento y lugar.

Con todo el sabor de las maltas tostadas -su principal seña de identidad- y el perfil aromático moderado a cereal, junto a las notas iniciales de mosto complementadas y gusto a caramelo y café, resulta perfecta para paladares exigentes como el del Cervecista que quiere deleitarse de la autenticidad y sabor de una tostada sin alcohol.”

TOMAR BEBIDAS ALCOHÓLICAS EN EXCESO ES DAÑINO



ENFOCADOS EN SEGURIDAD

Volkswagen se ha consolidado como uno de los fabricantes de automóviles más comprometidos con la seguridad en la región. Gracias a su enfoque en la innovación y a la incorporación de tecnologías de asistencia a la conducción, se posiciona como una de las marcas con mayor cantidad de vehículos que han alcanzado la máxima calificación (cinco estrellas) en las pruebas de Latin NCAP. Entre los modelos que obtuvieron este reconocimiento destacan, en el segmento de sedanes, el Polo y el Virtus. En la categoría SUV, sobresalen el T-Cross, Taos, Nivus, Tiguan, Teramont y, recientemente, el nuevo Tera, un modelo completamente nuevo que también obtuvo esta acreditación.

ESTAMOS MUERTOS

La exitosa serie surcoreana de zombies *Estamos Muertos* (All of Us Are Dead) prepara su regreso con una segunda temporada confirmada para estrenarse a lo largo de 2026. Netflix inició la producción en julio de 2025, y aunque aún sin una fecha exacta, el anuncio ha despertado gran expectativa entre los fans que esperan nuevas dosis de acción, suspenso y drama en un escenario ampliado. Esta nueva entrega traslada la acción de la escuela Hyosan a la dinámica ciudad de Seúl. Nam On-jo (Park Ji-hoo), ahora universitaria, enfrenta las secuelas emocionales del brote que cambió su vida.



DUELO EMOCIONAL

La banda colombiana Morat presentó el videoclip oficial de «Sin Ti», su esperada colaboración con el cantante puertorriqueño Jay Wheeler, incluida en su exitoso disco «Ya es Mañana», uno de los álbumes de pop en español más escuchados del año. «Sin Ti» profundiza en ese momento post-ruptura en el que alguien finge haber superado una relación, aunque el dolor siga latente. El videoclip llega en un momento clave para Morat, cuando su más reciente trabajo discográfico acumula cifras récord en la industria musical.

INNOVAR EN HIPHOP

El universo musical de Travis Scott nunca se detiene. El 14 de julio, el artista y productor estadounidense sorprendió a sus seguidores con el lanzamiento de «Jackboys 2», el nuevo álbum de su discográfica Cactus Jack. Esta producción, que llega seis años después del primer «Jackboys», representa una evolución natural y ambiciosa para el sello, consolidando su posición como uno de los referentes en la escena del hip hop internacional. «Jackboys 2» reúne a una constelación de talentos, tanto consagrados como emergentes, bajo la batuta creativa de Scott. El álbum cuenta con 17 pistas donde colaboran figuras como Don Toliver, Sheck Wes, SoFaygo y Wallie the Sensei, entre otros.





ARGENTO

Single Vineyard

FINCA AGRELO
MENDOZA | ARGENTINA

ORGANIC VINEYARD

CABERNET FRANC
2020



BODEGA
ARGENTO

Importado y distribuido por LAMARTRADE PERU S.A.C.

TOMAR BEBIDAS ALCOHÓLICAS EN EXCESO ES DAÑINO



LOS SUEÑOS SE CUMPLEN

Tony Succar anunció oficialmente la realización de «Los Sueños Se Cumplen», un concierto que tendrá lugar el 13 de diciembre en el Estadio Nacional de Lima y que marcará un hito en su carrera. Tras múltiples reconocimientos internacionales, incluidos premios Grammy Latinos, Succar planea ofrecer un show de aproximadamente tres horas con una puesta en escena potente en la que combinará ritmos latinos tradicionales con sonidos contemporáneos, reafirmando su sello musical multicultural. El músico celebra 15 años de trayectoria con un espectáculo único que fusiona salsa, jazz y música afrocaribeña.

LO NUEVO DE APPLE

El esperado iPhone 17 está a punto de llegar. Apple planea introducir varios cambios significativos en su línea de smartphones. El iPhone 17 llegará con un rediseño notorio, especialmente en el nuevo modelo Air, que será ultradelgado y liviano. Los Pro cambiarán el titanio por aluminio para mejorar la refrigeración y el rendimiento. Además, la cámara trasera tendrá un nuevo formato horizontal, lo que renueva el aspecto del dispositivo sin perder elegancia. Todos integrarán pantallas OLED ProMotion de 120 Hz y función always-on.



PASIÓN POR EL DEPORTE

Porsche Perú reafirmó su compromiso con un estilo de vida activo y saludable al participar como auspiciador oficial en la New Balance 15K powered by El Comercio. Esta competencia marcó el regreso de la icónica carrera al calendario runner después de once años, reuniendo a más de 3,000 participantes. Durante la carrera, el Macan Electric, primer SUV 100 % eléctrico de Porsche, encabezó la ruta y demostró que es posible combinar deportividad, innovación y sostenibilidad. El evento también incluyó la exhibición del Cayenne Coupé, otro modelo emblemático de la marca alemana, que estuvo disponible para que asistentes y corredores pudieran conocerlo de cerca.

REINVENTANDO VELOCIDAD

La velocidad tiene una nueva forma de brillar en el campo. adidas lanza en Perú los nuevos F50 Radiant Blaze, una edición de alto impacto que celebra el legado de Lionel Messi en la Copa Mundial Sudáfrica 2010 con un diseño actualizado, futurista y radicalmente veloz. Con una combinación vibrante de púrpura y verde neón, estos chimpunes están diseñados para futbolistas rápidos, técnicos y desequilibrantes, como Lamine Yamal, Mohamed Salah, Son Heung-min, Rafael Leão, Florian Wirtz y el propio Messi, quienes los lucirán en las principales ligas del mundo.





ALMA NEGRA

TOMAR BEBIDAS ALCOHÓLICAS EN EXCESO ES DAÑINO





De las raíces a la vanguardia

Los hermanos Héctor y Pablo Durigutti han llevado su bodega familiar a la élite mundial, posicionándose en el Top 10 de The World 's Best Vineyards. En esta entrevista, nos comparten la historia detrás de sus vinos, su filosofía de trabajo y su visión sobre el futuro de la vitivinicultura argentina.

Escribe: Valeria Burga



Primero, felicitaciones por el Top 10 del '50 Best Vineyards'. ¿Qué significa este reconocimiento para ustedes?

Héctor: Es muy importante. Somos la primera generación de la familia en el mundo del vino, en una provincia donde esta industria mueve el 60% de la economía. Entrar en este ranking no es solo un premio, es una validación de un concepto que vivimos y comunicamos como filosofía de vida. Comenzamos en 2002 y hoy, con la segunda generación incorporándose, ver a la bodega entre las 10 mejores del mundo nos llena de orgullo.

¿Cómo surgió su vocación por el vino?

Pablo: Por nuestras raíces. Nacimos en el este de Mendoza, la zona más productiva y fuerte en elaboración de vino. Crecimos dentro de un viñedo, aunque en ese momento se hablaba más de vino a granel y damajuanas. Esa experiencia marcó nuestra vida. Igual que nosotros, hoy nuestros hijos crecen rodeados de viñas.

¿Qué distingue al portafolio de Durigutti Family Winemakers?

Pablo: La autenticidad. Mostramos la zona tal cual es: el paisaje, la gente y la identidad. Recuerdo que en nuestra primera nominación en Rioja, los jurados nos dijeron: 'están aquí porque son genuinos'.



Héctor: Desde 2002 trabajamos con viñas viejas prefiloxéricas de bajo rendimiento, buscando un Malbec auténtico que hable de Mendoza. Luego fuimos a otras provincias, creando vinos federales, y con nuestra finca propia empezamos a mirar el paisaje y a reflejarlo en la botella.

Trabajan con huevos de concreto y ánforas. ¿Por qué esta elección?

Héctor: El concreto nos permite mínima intervención, microoxigenación natural y mantener la microbiología autóctona. Es noble y sustentable.

Pablo: Las ánforas, tanto argentinas como españolas, se usan en vinos naturales. Cada formato da un perfil distinto, pero siempre buscamos que el vino sea intérprete del lugar y de la gente que lo produce.

¿Cuál es el vino que más satisfacciones les ha dado?

Pablo: Hay varios. La Criolla y el Tinto del Pueblo, porque preservan el viñedo de pequeños productores en Las Compuertas. Victoria Durigutti, que representa nuestros inicios familiares y un homenaje a nuestra madre o Durigutti Familia, el vino ícono con el que comenzamos hace más de 20 años y habla de nuestros comienzos y nuestra familia. Cada vino tiene una historia que conecta origen y emoción.





¿Qué opinan de su posicionamiento en Perú?

Héctor: Excelente. Hemos encontrado grandes aliados como Lamartrade, que posicionaron nuestras marcas en un mercado muy competitivo. Perú es clave, no solo por su gastronomía y turismo, sino porque nuestros vinos en restaurantes peruanos también viajan al país de origen de los turistas.

Ahora están recibiendo a un grupo de sommeliers peruanos en Mendoza. ¿Qué esperan de esta visita?

Héctor: Que vivan el lugar. El vino no sabe igual cuando lo tomas en su origen. El paisaje, la historia y la gente forman parte de la experiencia.

Con todo lo logrado hasta el momento, ¿qué viene para Durigutti?

Pablo: Tenemos una lista larga de proyectos. Nos enfocamos en microparcels y corredores biológicos, tanto fluviales como de cerro en Finca Victoria. Buscamos unir producción, flora y paisaje.

Héctor: Nuestro futuro está en preservar lo poco que queda de tierra en Las Compuertas. Es volver a lo simple, a lo auténtico, como lo hizo Europa siempre: proteger el campo y su genética no intervenida. Ahí está la verdadera identidad del vino argentino.



La chica del vino y +

Por *María Elena Cárdenas*

*Sommelier WSET 3



S/.42.90



**FINCA ROTONDO
PATRIMONIAL
TORONTEL 2025**

S/.45.90



**ERRAZURIZ ESTATE
RESERVA CARMENERE
2023**

S/.79.00



**ALTER EGO
RESERVA
MONASTRELL**

Llegó a mis manos lo nuevo de Finca Rotondo, este blanco hecho de la uva Torontel. Un vino joven y fresco lleno de sabores de manzana, manzanilla, hierba luisa, toronja, lima, blanquillo, flor de azahar. Delicado en boca, pero con una rica acidez. Lo llevé al restaurante de mariscos de unos amigos para compartirlo y aprovechar de maridarlo con algunos de sus platos. El vino fue del agrado de todos. De todo lo que probamos funcionó perfectamente con las conchas a la parmesana con unas gotas de jugo de limón y con las causas de pescado y la de langostinos. Además de probarlo con el postre que fue un pye de limón. De venta en los principales supermercados.

Este vino elaborado con uvas provenientes del Valle de Aconcagua nos hace descubrir la elegancia del Carmenère chileno. Fácil de disfrutar, con taninos maduros y un final suave que nos invita a tomar una copa más. Entre sus aromas y sabores aparecen ciruelas, moras, arándanos, pimienta, café, clavo de olor y alguna nota tostada otorgada por el paso que tiene el 70% del vino de 7 meses de roble francés y americano. Vino perfecto para ser disfrutado solo, pero además es un gran acompañante para nuestra comida criolla. Lo probé con un arroz con pollo que prepararon en casa. Deliciosa combinación. Una excelente relación calidad-precio que pueden conseguir en supermercados y vía online en: www.perufarma.com.pe

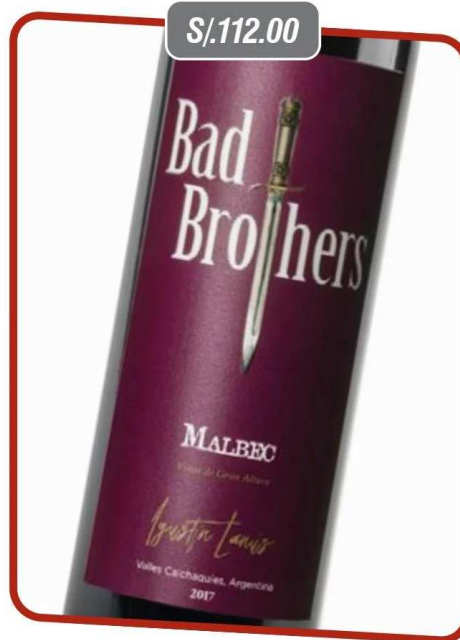
Un 100% Monastrell de la bodega Terra Magna proveniente de la Tierra de Castilla. Un vino con una crianza de 18 meses en barricas de roble francés. Lleno de frutas negras donde predominan la ciruela y la mora, además de especias como canela, clavo de olor, nuez moscada. Notas balsámicas, café, chocolate amargo. En boca potente pero sedoso a la vez, con una rica acidez que acompaña y taninos maduros y con un largo final. Lo probé con una carne al horno y al día siguiente con una carapulcra con la que maridó perfectamente. Una propuesta amigable y con carácter, perfecto para quien busca un tinto con cuerpo, con fruta bien integrada, sedoso y con un toque elegante de crianza. Si quieren probarlo, pueden escribir al +51 933 908 899.

Me encanta iniciar cada selección mensual de bebidas con algo que celebra nuestras raíces. Esta vez, arrancamos con un vino peruano muy especial: un Torontel joven y vibrante que sin duda brillará entre los tintos que se incluyen en esta selección. Le siguen una Carmenère y una Monastrell, dos cepas que disfruto especialmente por su carácter y por lo bien que armonizan con la riqueza de la cocina peruana. Luego exploramos la diversidad del Malbec con dos exponentes de distintas regiones argentinas, cada uno con su propia identidad y expresión del lugar. Para cerrar un Tannat uruguayo que promete intensidad y estructura. Ideal para redondear la ruta vinera de este mes.



S/141.68

**SEPTIMA GRAN RESERVA
10 BARRICAS
MALBEC 2021**



S/112.00

**AGUSTIN LANUS
"BAD BROTHERS"
PREMIUM MALBEC**



S/68.00

**CISPLATINO
TANNAT 2020**

Este vino es una gran propuesta para quienes buscan un vino premium cargado de carácter y técnica. Con uvas provenientes de tres viñedos diferentes de Luján de Cuyo y de Valle de Uco, este vino ha sido criado en barricas francesas y húngaras de 500 litros de segundo y tercer uso por 22 meses. Luego de este tiempo, se seleccionaron 7 barricas francesas y 3 húngaras para hacer el corte final que luego pasa 13 meses en botella antes de salir a la venta. Este complejo proceso nos ofrece un vino lleno de fruta madura roja y negra como fresas, cerezas, ciruelas, higos, arándanos, vainilla, dulce de leche, almendras, nueces, nuez moscada, notas tostadas y ahumadas. Un vino complejo por donde se le mire. Es una edición limitada y de cuidada elaboración, un vino para esos momentos especiales, con buena compañía o para degustar sin prisa, mientras se aprecia cómo evoluciona en copa.

A 1700 msnm en los Valles Calchaquies, en Cafayate, Salta crecen las vides de Malbec que dan vida a este vino de altura. Agustin Lanus trabaja en pequeños terruños andinos buscando crear vinos singulares y con carácter. En este vino que pasa 10 meses en barricas francesas, sobresalen las notas de frutos rojos y negros en mermelada, fresas, ciruelas rojas y negras, flores como violeta acompañadas de notas tostadas y especiadas como vainilla y clavo de olor. En boca estructurado e intenso, pero sedoso, con una acidez que acompaña con su frescura y con final largo que permite disfrutarlo por más tiempo. Ahora que hace frío, me provocó que acompañe unos tallarines a la bolognesa y quedó bastante bien. Con otros platos con carnes de larga cocción de esas que se cortan solo con cuchara, estoy segura que quedarían super bien. Lo consiguen en la página www.conceptoplacer.com

Ediciones atrás hablamos de Cisplatino Torrontés de la bodega uruguaya Pisan. Esta vez hablamos de su par tinto, un Tannat 100% con cuerpo y expresión frutal sin excesiva madera con taninos redondos y amables. Un vino fácil de beber sobre todo para los que tienen un primer acercamiento con esta variedad que durante mucho tiempo fue usada como parte de un corte de vino, pero que ahora podemos disfrutarla en varietal. Un vino de intenso color rubí, lleno de aromas y sabores a mora, arándanos, ciruelas negras, y un tostado, pero sutil, propio de los 4 meses que pasa en roble francés y que acompaña muy bien a la nota frutal que prevalece. Ideal para acompañar una buena parrilla uruguaya donde predomina la leña para la preparación de la carne. Lo encuentran en el whatsapp +51 987 586 431.



20 AÑOS

DE ÉXITO COMERCIAL

Con dos décadas en el mundo de vinos y licores, Iván Livschitz ha sido pieza clave en la transformación de marcas. Ahora lidera el área de Licores y Bebidas en G.W. Yichang, un nuevo capítulo en su carrera llena de retos.

Escribe: Valeria Burga / Fotos: Daniel Yong

¿Cómo iniciaste en el mundo comercial y, eventualmente, en el rubro de bebidas?

Desde muy joven, creo que heredé la vena comercial de mi padre. Empecé poniendo un negocio de alquiler de carros cuando aún estaba en el colegio, luego estando en la universidad implementé una agencia de BTL. Justamente, eso me conectó con el mundo de los licores. Ideaba e implementaba acciones de BTL en los diferentes canales para importantes marcas del mundo de licores y cigarrillos. En 2005, un amigo, Rubén Sánchez, me invitó a formar parte de Tabernero como jefe de On Trade. La empresa necesitaba

una persona que ayudara a desarrollar y promocionar las marcas de la Bodega. Allí comenzó mi historia en la industria.

¿Cómo defines tu paso por Tabernero durante 18 años?

Intenso, enriquecedor y transformador. Al inicio, Tabernero vivía casi exclusivamente de sus vinos semisecos. Mi misión era ayudar a reposicionar la marca e impulsar nuevos productos como los vinos secos y piscos premium. Poco después de un año, Rubén toma un nuevo reto dentro de la industria en una importante transnacional del rubro y yo asumo como jefe de imagen, para

aproximadamente 3 años después asumir el cargo de Gerente de Marketing. Durante mucho tiempo, llevamos la marca a los cinco continentes, participamos en concursos internacionales y fortalecimos mucho la identidad del pisco, pero sobre todo le dimos personalidad a la bodega y logramos la identificación de mucha gente con la marca.

¿Cuál fue el cambio más importante que lograste durante tu tiempo en la marca?

Ayudar a que Tabernero deje de ser visto como solo 'el vino semiseco' para convertirse en un grupo con portafolio diverso, con una importante presencia en el mercado peruano e internacional y liderazgo en exportación de pisco, pero sobre todo el lograr un posicionamiento e identificación del consumidor con la marca. Le generamos una personalidad de empresa peruana exitosa, ganadora y orgullosa de sus orígenes y logros. También dirigí la imagen corporativa los últimos cinco años, lo que me permitió integrar todos los aprendizajes anteriores en una visión más estratégica y transversal.

¿Qué te impulsó a ingresar a Yichang?

Después de cerrar un ciclo de 18 años en Tabernero, decidí tomarme unos meses y disfrutar a mi familia. Ellos viven fuera del país hace más de 25 años y me hacía falta pasar un tiempo largo con ellos. Sentía que necesitaba pensarlo bien antes de decidir si era



momento de emprender algo propio, de hecho, decidí que si volvía a trabajar para alguien debía sentirme convencido y que se volviera a encender la llama y pasión que sentí por muchos de los años en los que estuve en mi ahora ex casa.

Un día de febrero recibí un mensaje convocándome a una reunión. La conversación con Carlos Hiraoka, CEO de Yichang, lo cambió todo. En hora y media me inspiró de nuevo (en teoría sería una reunión de no más de 30 minutos), estuvimos tan alineados en nuestra visión del negocio y necesidad de cambio, que no dudé ni un minuto que llegaría al lugar correcto. Sentí que había encontrado un nuevo proyecto que me ilusionaba.

Su visión clara y agresiva (en el buen sentido) del negocio, la estructura de Yichang, la cobertura nacional, la calidad y el prestigio de las marcas que representa, el liderazgo en importación de vinos, y sobre todo, su equipo humano, fueron algunos de los factores que volvieron a encender esas ganas que se habían perdido un poco en el camino. Carlos fue directo y transparente desde el día uno. Me pidió ayudar a llevar el área de licores y bebidas a otro nivel, y eso me motivó profundamente. A los dos días me reuní con Zumi Salinas quien sería mi jefa y hoy amiga. Con ella tuve una gran conexión desde el inicio, y si ya estaba motivado, ella se encargó

de hacer más emocionante y satisfactoria mi llegada a esta gran empresa.

¿Cómo te sientes al liderar un equipo de la nueva generación?

Es muy interesante y enriquecedor. Mi equipo es joven, lleno de millennials y Gen Z, y eso me ha obligado a adaptarme, poder transmitirles mis experiencias, pero también aprender de ellos, ser más horizontal. Yo parto de la confianza: los dejo ser, creo en ellos desde el inicio. Mi perfil me lleva a darles libertad, si bien guiarlos en la toma de decisiones, darles la libertad en muchos casos para que sean ellos quienes las toman y eso potencia su trabajo. La experiencia que traigo es valiosa, pero ellos me enseñan las nuevas tendencias y el resultado es un trabajo más en equipo y con logros cada vez más auspiciosos. Es un equilibrio muy sano.

¿Cómo defines el trabajo en el mundo de las bebidas?

Es un negocio altamente competitivo, humano y subjetivo. Por eso la clave está en construir relaciones, salir a la calle, conocer el producto, transmitirlo con pasión. Nuestro trabajo va más allá de vender: es representar marcas con autenticidad, suena a cliché, pero si una categoría vende experiencias es esta, y creo que gran parte del secreto del éxito en este rubro es la identificación que uno adquiere con las bodegas que representa.

¿Qué te llevas de este primer año en Yichang?

Llevamos 14 meses con resultados muy sólidos: crecemos a doble dígito, tenemos infraestructura de primer nivel, presencia nacional, un equipo comprometido y marcas potentes. Me siento muy orgulloso de ser parte de Yichang, el profesionalismo de su gente a todo nivel y la calidad de seres humanos que he encontrado aquí y los que siguen llegando a sumar y enriquecer la organización me motivan en mi día a día. Después de 20 años en la industria, siento que estoy en el mejor momento de mi carrera.

¿Qué sigue en tu carrera profesional?

Consolidarme en Yichang, seguir aportando con mis conocimientos y experiencias y pulir debilidades para ser cada vez más útil para la compañía. Hoy, los ambiciosos retos a mediano y largo plazo planteados por la dirección de la empresa, nos obligan a ser cada vez más profesionales y analíticos. Ellos nos aportan su experiencia, recursos y herramientas y yo corro con la responsabilidad de darle el mejor uso en pos del éxito y alcance de los objetivos planteados junto a mi equipo. Sin duda, después de un ciclo tan largo como el de Tabernero, necesitaba encontrar algo que me inspire, y eso ha pasado con Yichang. El reto es grande, el entorno es ideal y estoy convencido de que podemos construir algo aún mejor.



Cigales: Vino con *alma*

La D.O. Cigales, cuna de rosados y tintos vibrantes, combina historia milenaria, terruño único y pasión vinícola. Descubre un legado que seduce el paladar desde Castilla y León.

Escribe: John Santa Cruz

La Denominación de Origen (D.O.) Cigales, situada en el corazón de Castilla y León, es un tesoro vinícola con raíces que se hunden en el siglo X. Documentos históricos confirman que ya entonces los viñedos salpicaban las tierras de Cubillas y Corcos, regadas por el río Pisuerga. En la Edad Media, los monasterios impulsaron el cultivo de la vid, y para el siglo XVI, con la Corte de Felipe III instalada en Valladolid, los claretes de Cigales ganaron fama como el elixir preferido de la nobleza. La región se convirtió en un pilar vinícola, con cientos de bodegas subterráneas que aún hoy son un atractivo enoturístico.

La crisis de la filoxera a finales del siglo XIX golpeó duro, pero los viticultores de Cigales, como los de la Bodega Remigio de Salas Jalón, supieron renacer

replantando viñedos sobre pies americanos. En 1991, la D.O. Cigales obtuvo su reconocimiento oficial, marcando un hito que consolidó su prestigio. Desde entonces, ha evolucionado de ser la cuna del clarete a destacarse por sus rosados frescos y tintos robustos, incorporando en 2011 blancos, dulces y espumosos. Hoy, con 29 bodegas certificadas y una acreditación de ENAC en 2021, Cigales se posiciona como una denominación moderna que respeta su legado mientras abraza la innovación.

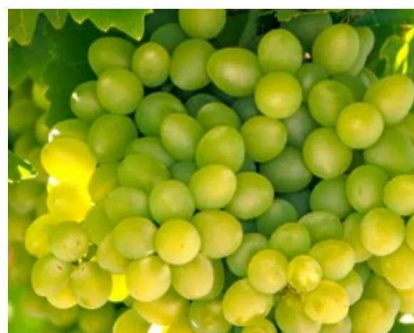
Características de un vino con D.O. Cigales:



Los vinos de la D.O. Cigales son un reflejo de su terruño y su historia.

La variedad reina es la **Tempranillo** (*Tinta del País*), que ocupa el 70% de los viñedos, aportando estructura y aromas a frutas rojas y negras maduras. La **Garnacha**, con su frescura y suavidad, es clave en los rosados, mientras que el **Verdejo** y la **Albillo Mayor** dan vida a blancos afrutados con acidez vibrante.

Otras variedades autorizadas:
Syrah, Merlot, Cabernet Sauvignon, Viura.



El suelo:



El terruño de Cigales es un lienzo perfecto para la vid. Los viñedos se asientan en suelos del Mioceno compuestos por sedimentos terciarios y cuaternarios: arenas, calizas y gredas yesíferas sobre arcillas y margas.

Altitud: +/- 750 m.s.n.m.

El Clima:



Oscilación Térmica

-6°C

39°C



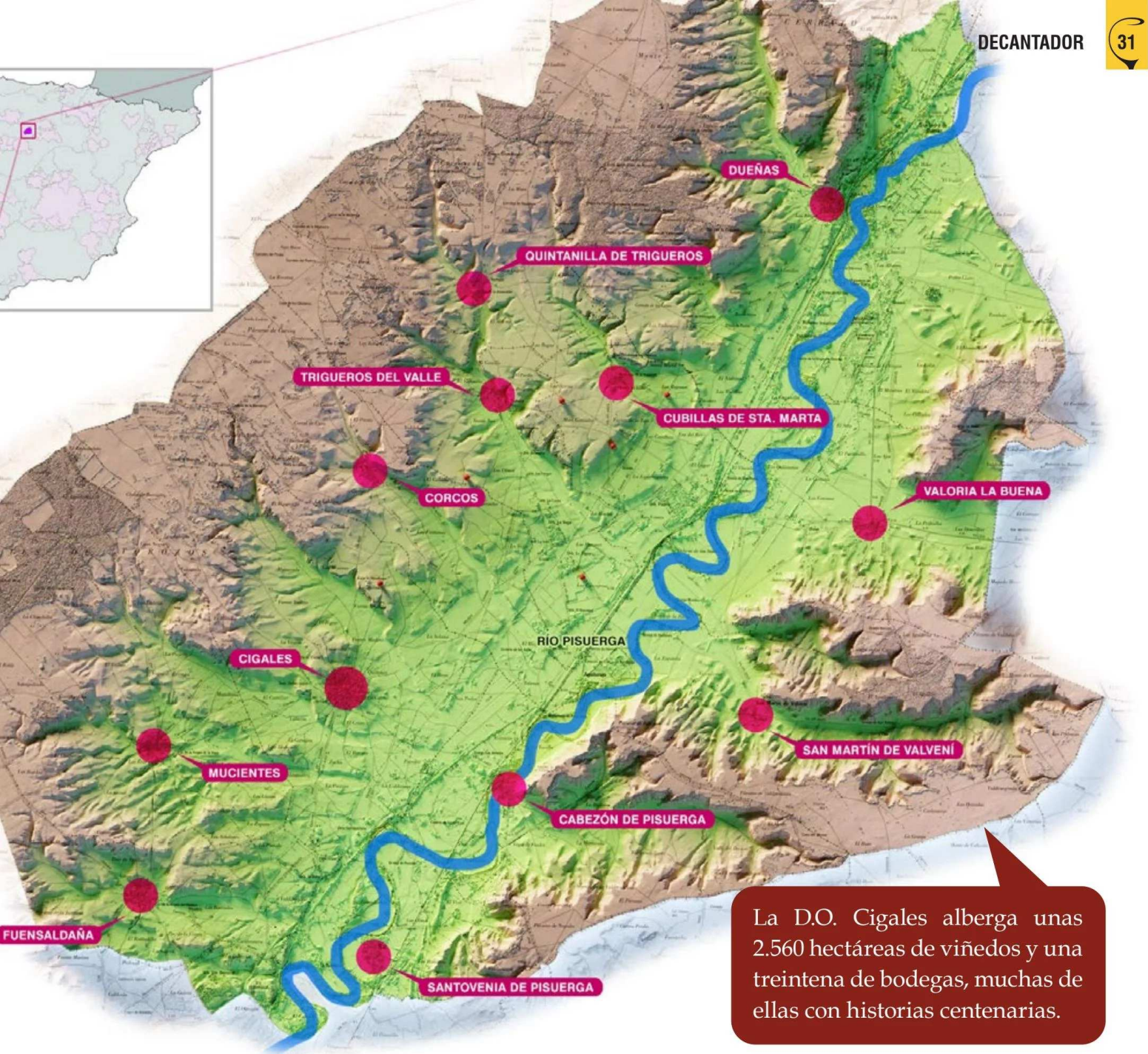
El clima continental, con influencia atlántica, es otro protagonista. Los inviernos son largos y gélidos, con heladas y nieblas frecuentes, mientras que los veranos son cálidos y secos.

Principales bodegas de la D.O. Cigales:



Museum: Fundada en 1999, combina tradición e innovación en sus 200 hectáreas de viñedos, muchos de cepas centenarias. Su vino Numerus Clausus, de uvas de más de 80 años, es un referente de calidad.

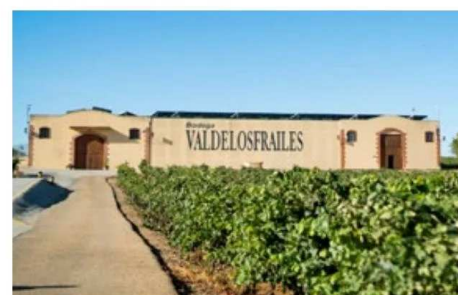




Remigio de Salas Jalón: Única bodega palentina de la D.O., con raíces en 1738 y 150 hectáreas de viñedos. Pionera en exportaciones durante la filoxera, sus claretes y tintos son un legado vivo.



Thesaurus: Ubicada en Cigales, con 100 hectáreas, esta bodega apuesta por la sostenibilidad y el enoturismo. Sus vinos combinan tradición y modernidad, con rosados y tintos de gran equilibrio.



Valdelosfrailes: con 78 hectáreas, esta icónica bodega del siglo XII incorpora tecnologías de modernidad y vanguardia, transmitiendo así la esencia y la personalidad del terroir.

Visión a futuro de la D.O. Cigales:

La D.O. Cigales mira al futuro con optimismo, apostando por la **sostenibilidad** y la **innovación** sin perder su esencia. Entre sus prioridades está fortalecer el enoturismo a través de la **Ruta del Vino Cigales**, que combina catas, visitas a bodegas subterráneas y experiencias culturales.

La recuperación de variedades autóctonas como Garnacha y Albillo busca posicionar los rosados en la vanguardia mundial, mientras que la **certificación ENAC** refuerza la calidad y confianza en sus vinos. El objetivo es claro: consolidar Cigales como un referente global, ampliando mercados internacionales (ya exporta a Europa y Estados Unidos) y promoviendo prácticas ecológicas para preservar el terruño. La D.O. aspira a seguir siendo una joya vinícola que celebre la vida en cada copa.



Los vinos que no te puedes perder:



Museum Reserva (Bodegas Museum): Tinto de Tempranillo con 18 meses en barrica. Notas de fruta madura, especias y un toque mineral. Ideal para carnes rojas



Pago de Las Costanas (Bodega Valdelosfrailes): 95 pts en Guía Gourmets. 14 meses de crianza. Notas de frutos negros maduros, madera, tabaco y especiados.



Emina Rosé Prestigio (Bodega Matarromera): 91 pts en Wine Enthusiast. De color fresa pálido, tiene notas a frutos del bosque, matices herbáceos y balsámicos.



Domine Rosado (Bodegas Thesaurus): Elaborado con Tempranillo y Garnacha, destaca por su aroma intenso, fresco, con recuerdos a fruta blanca de hueso, granada y fresa.



CM Finca Valdehierro (Bodega Matarromera): 93 pts en Wine Enthusiast. Tono cardenal muy subido. Aromas de frutas rojas y negras, así como regaliz, café, vainilla.

Celébralo con Cigales

Descubre una denominación de origen
con más de 100 años de historia

¡HAY MUCHO QUE CELEBRAR!

cigales
d.o.

icecyl
competitividad
empresarial

 Junta de
Castilla y León





El vino peruano sigue buscando su identidad

Por Soledad Marroquín*

Mientras las preferencias por el vino tinto aún mantienen la supremacía en las estadísticas de venta, los stands de las bodegas participantes en el Salón del Vino Peruano mostraron una novedosa diversidad de etiquetas de rosé y blanco, especialmente de nuestras cada vez más aplaudidas variedades patrimoniales. En la mesa de cata No.3 de Catemos Perú, donde participé como jurado, de un total de 38 muestras, 20 pertenecían a la categoría vino blanco, la mayoría de la variedad Moscatel de Alejandría y Torrontel y en menor cantidad Sauvignon Blanc o Chardonnay. El total de muestras que fueron evaluadas en este importante concurso de vino peruano fue de 228 etiquetas. Vale mencionar que el sistema o método de cata utilizado no indica ni la variedad de uva ni el lugar de procedencia; solo se especifica el tipo de vino, el año de cosecha, el grado de azúcar, el volumen de alcohol y si es filtrado o no.

¿Cómo saber si el vino es la expresión del lugar? Esta frase es usada en el mundo como el gancho de marketing en la mayoría de las bodegas y considerando que Perú está viviendo una revolución en los viñedos y bodegas con la presencia cada vez más fuerte de las uvas patrimoniales. Como lo comentó un productor participante: 'mientras el mercado del pisco está un tanto estancado, la demanda de vinos con variedades llamadas pisqueras sigue creciendo'. Esto significa que la producción de vino es una gran oportunidad. Tener una bodega es un negocio que permite producir ambas bebidas, obviamente de calidad, que puedan reflejar el lugar y competir dignamente con el vino importado, logrando ser competitivos en el congestionado y aglomerado mercado de vino en Perú.

¿Es igual el vino de Quebranta de Ica al vino de Quebranta que se hace en Moquegua? Definitivamente

no. Si bien en ambos existe un perfil genético que comparten en su esencia, también tienen singularidades del tan famoso terroir, que resaltan su atractivo y singularidad. Un aspecto que llamó la atención en mi mesa de cata fue detectar la corrección de la acidez, especialmente en los vinos blancos. ¿Es un delito? No. Sin embargo, esta debe ser mínima o indetectable. La acidez en el vino –sea blanco, rosé, tinto, espumoso, fortificado o mistela- es indispensable para que se sienta equilibrado, con frescura y que fluya amablemente. La acidez contribuye a la prolongación de la vida del vino, especialmente en blancos y rosados que no tienen el tanino de los tintos que cumple ese rol.

Ese es el gran reto que enfrenta la producción vitivinícola nacional, producir vinos que no se distinguen entre sí, con levaduras que estandarizan aromas y sabores, o como fue en el caso de los vinos blancos y algunos rosados, con correcciones en la acidez tan notorias que opacaban sus virtudes, dejando el paladar y las encías contraídas. El camino que está recorriendo el vino peruano es largo, requiere asesoría técnica y tecnología que permita mantener los mostos en los tanques o cubas con las temperaturas adecuadas. ¿Cómo lograrlo? Ese es un esfuerzo conjunto y colectivo, en el que tanto el sector privado (las bodegas) y los entes de gobierno respectivo (ministerios) trabajen para que esta industria sea un referente. Aunque si leemos la ley marco del vino 32320 recientemente promulgada, los ánimos no son nada alentadores.



* Comunicadora gastronómica
@sol_marroquin



CATENA ZAPATA

SINCE 1902

El Grand Cru de Sudamérica

100
PUNTOS
2021

100
PUNTOS
2021

100
PUNTOS
2022



ADRIANNA VINEYARD

catenazapata.com | @catenawines

TOMAR BEBIDAS ALCOHÓLICAS EN EXCESO ES DAÑINO



Vino sin fronteras

Sofya Bazhanova no solo está aprendiendo de Perú; también nos está enseñando a mirar el vino con otros ojos. Entre aromas, etiquetas y contrastes culturales, construye una voz propia en un rubro donde aún queda mucho por explorar.

Escribe: Valeria Burga

¿Cómo pasaste de estudiar filosofía a trabajar con vino?

Fue un proceso muy orgánico. Tras regresar a Rusia después de estudiar en EE.UU., estaba perdida sobre qué camino tomar. En un viaje con mi mejor amigo a Marruecos, tuve una revelación: mis mejores memorias estaban ligadas a lugares donde la experiencia gastronómica me había marcado profundamente. Quería crear esa magia para otros. Cuando volví a Moscú, justo después de la pandemia, empecé a trabajar en restaurantes. Ya hablaba español, así

que tenía ventaja en ese entorno multicultural. Ahí descubrí la sumillería como una forma de crecer dentro del servicio.

¿Y cómo llegas de Moscú a Lima?

Nunca lo planeé. Estaba trabajando en una cafetería cuando dos chicos entraron hablando español. Me acerqué a conversar con ellos. Después vi que Virgilio Martínez estaba por inaugurar Olluco en Moscú. Resultaron ser Nicanor Vieyra y Diogo Miranda, parte del equipo de Central. Les escribí, me uní al



proyecto como mesera y cuando conocí a Virgilio surgió la oportunidad para ir a Central. No tenía nada que me atara en Rusia y me daba mucha curiosidad ver con mis propios ojos el Perú, así que vine. Luego de un año en Olluco, estuve cinco meses en Central como sommelier para posteriormente ir a Mil, en Cusco, donde pude combinar el vino con mi amor por la montaña y el trekking.

¿Qué opinas de la industria del vino en Perú?

Ha cambiado mucho en poco tiempo. Cuando llegué en 2022, ya había movimiento, pero ahora hay más bodegas y curiosidad por los vinos peruanos. Hay propuestas como Apu o Wayocari en Cusco, que son interesantes y de producción pequeña. No se trata de que gusten o no, sino de si cumplen su rol. En mis catas me enfoco en eso: dar variedad, sorprender, enseñar sin intimidar.

¿En Rusia hay cultura de vino?

Más de lo que la gente piensa. Rusia tiene regiones vinícolas en el sur, cerca de Georgia, Armenia y Crimea. Hay producción, incluso variedades autóctonas como la Krasnostop, desarrollada en la Unión Soviética. Moscú, como capital, tiene acceso a muchos vinos europeos y una generación acostumbrada a viajar y a consumir vino. En gene-

ral, el ruso promedio toma más vino que el peruano promedio, aunque los gustos cambian según la región, igual que aquí.

¿Cómo defines tu perfil de sommelier?

Me gusta comunicar el vino de forma cercana y accesible. Las catas que hago son también una forma de democratizar. Muestro diversidad en los vinos, que la gente vea que una uva como el Malbec no siempre tiene que ser igual. También hago contenido para redes, como el abecedario del vino, que nació para obligarme a tener constancia y vencer mi vergüenza. Me grabo, edito y publico.

¿Qué te inspira de Perú? ¿Qué te hace quedarte?

Llevo casi tres años aquí. Nunca imaginé vivir en Lima, sin embargo, tiene una calidad de vida que valoro mucho: estoy cerca del malecón y puedo ver el océano cada día, el clima no es tan extremo como en Moscú, y bueno, no hace falta mencionar la gastronomía y la variedad de frutas y verduras que hay todo el año. Tengo amigos, proyectos, libertad para seguir aprendiendo. Estoy construyendo una comunidad. A veces me preguntan si me voy a quedar para siempre. No lo sé. Ahora mismo, estoy feliz acá. Eso es suficiente.



Herencia de Bolivia

Andrea Moscoso es socióloga, gastronoma y sommelier. Ha trabajado en cocinas emblemáticas como la de Gustu. Es cofundadora del restaurante Arami en La Paz y dirige el programa de bebidas, donde solo se sirve vino boliviano. En esta entrevista nos habla de su paso por el mundo del vino, de la apuesta por las cepas patrimoniales y de la historia de la viticultura en Bolivia.

Escribe: Valeria Burga

¿Cómo fue tu tránsito de socióloga a sommelier?

Fue natural, en realidad. Siempre me gustó la gastronomía, por eso también estudié cocina. Llevaba ambas carreras en paralelo: me apasionaba tanto la investigación como los fuegos. Y fue en Gustu, estando en cocina, que me enamoré del mundo del vino. Lo interesante es que el vino junta ambas cosas: es profundamente cultural, histórico y humano, pero también forma parte de la experiencia gastronómica. Es contar historias a través de aromas, interpretar a la persona que tienes delante, y

generar coherencia entre lo que se come, se bebe y se vive.

¿Crees que tu formación en sociología influye en tu mirada sobre el vino?

Totalmente. El vino no es solo una bebida: es territorio, contexto, personas. Es entender por qué una cepa se plantó en determinado lugar, qué historia hay detrás, qué comunidades están involucradas. Me interesa mucho leer esas narrativas, conocer los retos de quienes cultivan, y cómo se va construyendo cultura desde ahí. El vino es un puente entre la tierra y la sociedad.





En Arami, el restaurante donde trabajas actualmente, solo sirven vinos bolivianos. ¿Cómo nace esa decisión?

Desde que abrimos Arami, en diciembre del año pasado, supe que la carta tenía que enfocarse exclusivamente en el vino boliviano. Es una decisión que responde tanto a una convicción personal como a una intención de coherencia con el concepto del restaurante. Bolivia tiene una diversidad increíble de uvas, climas y estilos. Mostrar esa riqueza en una carta 100% local es una forma de poner en valor lo que tenemos y generar identidad.

¿Cómo es la propuesta gastronómica de Arami?

Trabajamos productos amazónicos. Bolivia tiene más del 60%

de su territorio bajo influencia de la Amazonía, con una biodiversidad riquísima. Queremos contar esa historia desde el plato y la copa. El vino boliviano, sobre todo los blancos aromáticos y tintos ligeros, se prestan perfectamente para acompañar esa cocina.

¿Cómo ha sido la recepción del público frente a esta carta exclusivamente boliviana?

Muy buena, aunque al inicio siempre hay quienes preguntan por los clásicos internacionales. Pero es lindo poder sorprenderlos. Se van encantados con un assemblage boliviano o alguna criolla que no conocían.

¿Hay una cultura del vino en Bolivia o es algo que se está construyendo?

Se está construyendo, pero ha avanzado mucho en la última década. Antes había una fuerte influencia argentina —por cercanía geográfica y tradición—, pero desde hace unos 10 años hay un movimiento que apuesta por revalorizar las cepas patrimoniales. Esto incluye uvas que se dejaron de trabajar después del auge de la plata, cuando Potosí era la ciudad más poblada del mundo y se plantaba vid alrededor para abastecerla. Muchas de esas parras sobrevivieron y hoy vuelven a cobrar protagonismo.

¿Qué cepas patrimoniales están destacando actualmente?

La Moscatel de Alejandría es la más plantada, sobre todo porque es la base del singani, nuestro destilado nacional. Luego están la Pedro Giménez (sin X, que es

una criolla), la Vicchoqueña, la Imporeña —ambas con nombre de origen— y otras como la Torrontés o la Negra Criolla. Son uvas muy aromáticas, con mucha personalidad, que se han adaptado bien a la altura.

¿Cómo influye la altitud en el perfil de los vinos bolivianos?

Muchísimo. En Bolivia cultivamos vid desde los 1.200 hasta casi los 3.000 metros sobre el nivel del mar. Esa altura da vinos más frescos, con aromas más definidos, pieles más gruesas y acidez natural. Por ejemplo, una Moscatel de Alejandría de 1.300 metros no se parece en nada a una de 2.800. Son perfiles completamente distintos, y eso enriquece mucho las posibilidades de maridaje.

¿Cuál fue el motivo de tu reciente visita a Lima?

Vine invitada por La Niña para participar en un evento de cocina a cuatro manos entre Marsia Taha y Andrés Orellana. Aprovechamos para incluir una cata de vinos bolivianos como parte del programa. Fue hermoso ver cómo reaccionaba la gente ante etiquetas que no conocía, muchas de ellas de producción muy limitada, que difícilmente llegan a Perú.

¿Has probado vinos peruanos? ¿Qué opinión tienes sobre ellos?

Sí, y me parecieron súper inte-

resantes. Probé espumantes, algunas versiones de Moscatel de Alejandría, y fue muy bonito ver cómo cambia el perfil según la región. Me gustaría en el futuro poder servir vinos peruanos en Bolivia, y generar un diálogo entre ambos territorios.

¿Qué planes has trazado a mediano plazo en el mundo del vino?

Seguir aprendiendo. Mientras más sé, más me doy cuenta de lo mucho que me falta. Este año queremos abrir un wine bar como parte de Arami, donde la idea será justamente mostrar estos paralelismos entre vinos de identidad: cepas de herencia, métodos tradicionales, proyectos con enfoque cultural. Es una carta en movimiento, como el vino mismo.





Cuando el café te escupe y tú le agradeces

Por Jasmine Rincón Morales*

El primer impacto no es el aroma del tueste ni la textura de la taza. Es una frase que te recibe como un bofetón con sonrisa: 'No te quiere nadie. Nosotros tampoco'. Bienvenido a Puto Café en Valencia, España. Aquí no hay manteles de lino ni baristas con tatuajes de aerógrafo que murmuran notas de cata. Hay café honesto, servido con una dosis brutal de realidad. Y extrañamente, funciona.

¿Por qué abrazamos un lugar que nos insulta?

No es masoquismo. Es complicidad. En un mundo de marcas que susurran 'eres especial', este local grita: 'Relájate, aquí nadie finge'. Su provocación es un pacto: 'Te aceptamos sin máscaras, pero sin panfletos de autoayuda'. Los mensajes —Not a Specialty Coffee o 'Pero sí lo servimos'— desactivan la presión del gourmet perfecto. No pagas por etiquetas de origen, pagas por respirar autenticidad. El cliente no es un rey: es un cómplice que ríe mientras bebe su café sin pretensiones.

El secreto: crear tribu, no clientes

Los más de 50 mil seguidores en redes no compran café: compran pertenencia. Este lugar atrae a quien huye de lo instagrameable forzado. Su irreverencia filtra al público: si entras, entiendes el chiste. Si te ofendes, no eres su tribu. Y ahí reside el placer: encontrar un rincón donde no adaptarse es la norma. La experiencia genera un recuerdo nítido —no por la calidad excepcional del producto, sino por la libertad de ser imperfecto—. ¿Volverías? Claro. Por la misma razón que guardas esa camiseta vieja que 'no se puede usar en público': te hace sentir en casa.

¿Todos los lugares son para todos?

Rotundamente no. Este no es el sitio para una primera cita romántica (a menos que tu date ame el humor ácido). Tampoco para quien busque meditar con un

latte art de dragón. Es un antídoto contra la solemnidad, un recordatorio de que la hospitalidad no siempre debe ser servil. Algunos locales te abrazan; este te da un codazo cómplice. Y en eso radica su magia: no pretende gustarte, pero si conecta contigo, el vínculo es inquebrantable.

¿Sobrevivirá la provocación?

Solo si mantiene el equilibrio. La irreverencia sin alma cansa. El éxito duradero no está en el insulto fácil, sino en sostener una promesa: 'Te tratamos como humano, no como cliente ideal'. Si el café sabe a cartón, la broma muere. Si el ambiente se vuelve pretenciosamente cool, traiciona su esencia. Su futuro depende de no olvidar por qué nació: para ser el rincón donde el café es decente, las sonrisas son reales, y nadie te exige ser más de lo que eres.

Moraleja para exploradores gastronómicos

Los lugares que perduran en nuestra memoria no son los más 'perfectos', sino los que sincronizan con nuestro estado de ánimo. Puto Café no vende café: vetea un espacio sin juicios. Y en esa crudeza, hay un placer extraño: sentirse reconocido, no adulado. La próxima vez que busques una experiencia, pregúntate: ¿quieres que te mimen... o que te devuelvan el guiño más honesto de tu día? Este rincón existe: Senda de l'Aire, 2, La Zaidía, 46010 Valencia, España. Cuando vayas, lleva tu ego bajo el brazo y déjalo en la entrada. El café te pone en tu sitio y la carcajada corre por tu cuenta.



Neurogastrónomo y Sommelière
@laneurogastronomia



MIL DEMONIOS

BODEGA

SIN REGLAS

Created and Drunk by owners

TOMAR BEBIDAS ALCOHÓLICAS EN EXCESO ES DAÑINO



Jove

en promesa

Sebastián Córdova lidera al equipo de servicio en Shizen. Acaba de lanzar una nueva carta de vinos y sake con un enfoque fresco, didáctico y explorador. Propone romper moldes y ampliar el paladar a nuevas experiencias.

Escribe: Valeria Burga

Vino de vacaciones a Lima y se quedó deslumbrado con el mundo del servicio y la restauración. Su trabajo en Shizen lo llenó de conocimientos de vino y sake que hoy transmite en su carta bajo un enfoque innovador. La magia de Sebastián Córdova, actual Jefe de Servicio en el cénit Nikkei, radica en las novedades como Doña Blanca de Tierra del Vino de Zamora, untuoso y versátil, o un Pinot Noir de Adelaide Hills acompotado y atípico.

¿Qué te llevó a convertirte en jefe de servicio y sommelier?

Shizen era un proyecto muy joven cuando empecé, con mucho por construir. Vi una oportunidad de llevar el servicio a un siguiente nivel, con pequeños

cambios, decisiones compartidas y un enfoque más técnico. En el camino, descubrí que el mundo del vino me apasionaba. Empecé a estudiar más a fondo y terminé enfocando mi carrera hacia la sommellerie.

¿Cómo definirías tu perfil como consumidor de vino?

Soy muy fan de los albariños, especialmente de Rías Baixas, que van desde lo fresco y vibrante hasta perfiles más texturizados. También me encanta el Riesling de Mosel, Alemania. Es una uva que me parece extremadamente versátil. Además, en mi carta busco jugar con contrastes: por ejemplo, tengo tres Rieslings de regiones diferentes —Alemania, Chile y Nueva York— para que el comensal compare perfiles.



También trabajas con sake, lo cual no es común en Perú. ¿Dónde nació esa pasión?

Fue gracias a un viaje a Japón con los chefs. Ahí probé distintos estilos. En Perú no llega mucho, y lo poco que se enseña suele ser muy técnico o básico. Luego tuve la oportunidad de estudiar en la Sake School of America en Los Ángeles. Hoy tengo una pequeña carta de sake en el restaurante y quiero seguir profundizando con una certificación superior, como el Sake Sommelier.

¿Qué estilos manejas en la carta de sake?

Trabajo con las dos categorías principales: junmai (sin alcohol añadido) y honjozo (con alcohol añadido), y dentro de ellas, estilos como ginjo, daiginjo y tokubetsu. El pulido del arroz cambia completamente el perfil del sake. Me interesa mostrar esa diversidad. Por ejemplo, muchos piensan que es una bebida muy fuerte, pero tiene una graduación similar al vino. Es elegante, sutil, muy gastronómico.

¿Bajo qué línea conceptual estás manejando tu nueva carta de vinos?

Quiero que sea una carta didáctica y comparativa. Estoy trabajando con países como Perú, Argentina, Chile, Portugal, España, Alemania, Francia y Estados Unidos. Mi enfoque es mostrar distintas expresiones de la misma uva según origen: por ejemplo, un Chardonnay de Chile versus uno de Borgoña. O un Albariño versus un blend gallego con Loureiro y Treixadura.

¿Qué tendencias percibes en el consumidor peruano?

Hay una pequeña apertura, pero todavía se consume por zona de confort: Sauvignon Blanc, Chardonnay, Malbec. Mi intención es no negar esos clásicos, pero sí ampliar el horizonte con otras opciones más arriesgadas como un Gamay, un Cabernet Franc argentino, o blends portugueses.

¿Qué te diferencia como sommelier?

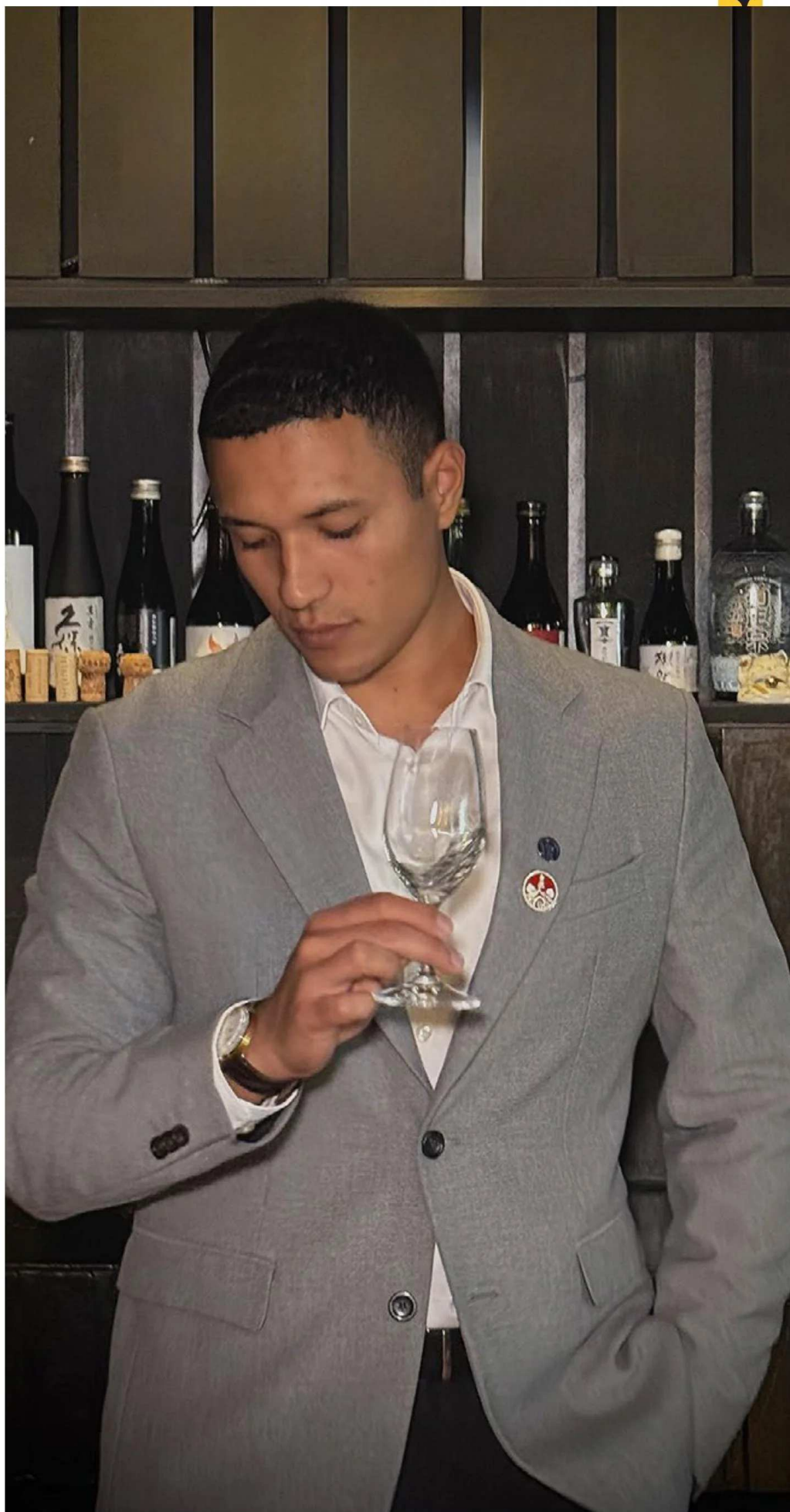
Creo que tengo una mirada moderna y una mente abierta. No estoy atado solo al Viejo Mundo. Me interesa explorar y mostrar cosas distintas, salir de lo comercial, recibir propuestas de importadores pequeños. No me da miedo apostar por un vino con mayor precio si vale la pena, aunque no le saque un gran margen. Quiero que el cliente descubra, recuerde, vuelva a probar.

¿Cómo defines tu liderazgo en el equipo de salón?

El equipo de Shizen es joven y creativo. A mí me gusta que el equipo se vea bien, que transmita orden y seguridad, pero también confianza. No soy de la escuela old school rígida. Me interesa que estemos alineados y que haya espacio para aportar ideas. Creo que eso se nota en el servicio.

¿A qué aspiras en tu futuro personal y profesional?

A corto plazo quiero certificarme como Sake Sommelier. Más adelante, seguir formándome. Probablemente daré el WSET 2 y 3 en vinos. Por ahora, mi foco sigue en Shizen. No tengo planes de dejarlo. Hay una conexión emocional con este espacio. Todo lo que sé lo he aprendido aquí



Tesoros



s de Pedernal

Desde el histórico linaje vitivinícola de los Azcona hasta los suelos marinos únicos del Valle de Pedernal, esta bodega familiar desafía los límites del Malbec y el Pinot Noir argentinos. De la mano de Romovi Wines, sus etiquetas llegan a Lima para conquistar la alta gastronomía con vinos de carácter, guarda excepcional y una identidad irrepetible.

Escribe: Valeria Burga



En el corazón de San Juan, a más de 1200 metros sobre el nivel del mar, el apellido Azcona lleva más de un siglo ligado a la vid. Desde sus orígenes en el País Vasco, cada generación fue viticultora. «Por las venas de los Azcona corre savia en vez de sangre», dice Martín Azcona, actual director de la bodega familiar, mientras recuerda que su padre, su abuelo y hasta su tatarabuelo cultivaban viñas. Esa herencia tomó una forma definitiva en el año 2000, cuando Martín y su padre decidieron implantar un viñedo en el Valle de Pedernal. Allí, en un clima más frío que la Patagonia y con suelos calcáreos oceánicos de origen cámbrico, encontraron el lugar perfecto para dar vida a vinos singulares. El proyecto, que hoy involucra también a su hijo y a su nieto, es la síntesis de tradición y mirada innovadora.



El Valle de Pedernal no es un valle más. Su altura, entre 1200 y 1500 metros, deja una impronta mineral inconfundible y aporta una acidez completa, ideal para vinos de guarda excepcional. «En Argentina, pocos vinos pueden aspirar a más de 20 años de guarda. Los del Pedernal podrían superar los 70 años», afirma Martín. La radiación solar intensa, las noches frías y la filosofía agroecológica —sin pesticidas, herbicidas ni fertilizantes sintéticos— completan un perfil en el que naturaleza y precisión técnica se equilibran.

Cuando llegaron, el Pinot Noir era prácticamente inexistente en la zona. La visión de Martín y su padre llevó a plantar el primer viñedo de esta cepa en Peder-

nal, junto con Chardonnay y, por supuesto, Malbec. El Pinot Noir encontró aquí una expresión diferente: aromas delicados, frescura y estructura que lo distinguen tanto de los ejemplares mendocinos como patagónicos. El Malbec, por su parte, muestra un rostro inusual: colores profundos y una intensidad aromática que combina potencia y elegancia.

Gracias a la alianza con Romovi Wines, Perú recibirá tres etiquetas que resumen el espíritu de Familia Azcona. Consentido Pinot Noir presenta 18 meses de crianza en barrica de segundo a quinto uso, con un cierre doble único que permite dos caminos de evolución en botella. VP Malbec de Valle de Pedernal es criado en huevo de hormigón y

la otra mitad en barrica, equilibrando microoxigenación y aporte de roble. Finalmente, Dos Atorrantes es un blend 50/50 de Pinot Noir y Malbec que combina sedosidad y potencia. El uso del huevo de hormigón —una incorporación reciente— permite una crianza controlada con la microoxigenación de la barrica, pero sin el impacto excesivo de la madera nueva.

No hay improvisación en Familia Azcona. Aunque la viticultura es natural, el manejo del viñedo y la bodega está respaldado por investigación y precisión enológica. «Logramos empatizar la forma de cultivo tradicional con la obtención de vinos de calidad extrema. Nos llevó 20 años», resume Martín. Por su parte, Romovi Wi-

nes apuesta por posicionar estas etiquetas en la alta gastronomía limeña, donde la singularidad y la calidad se encuentran con un público exigente. «No es fácil introducir vinos de alto costo y perfil tan distinto, pero creemos que Lima está lista para este nivel», señala su representante.

En un mercado global donde el Malbec argentino ya tiene nombre propio, Familia Azcona busca demostrar que aún hay mucho por descubrir: un Malbec intenso que no se parece a ningún otro, un Pinot Noir pionero en su terroir y un blend que une lo mejor de ambos mundos. Todo bajo el sello de una familia que, desde hace generaciones, entiende que el vino no se hace solo: se cultiva, se cuida y se vive.





Sudamérica en la barra del mundo: lo que dejó Tales of the Cocktail 2025

Por Juan Diego Romero

Acabo de regresar de Nueva Orleans, donde se celebró Tales of the Cocktail 2025, el evento más influyente del mundo en la industria de la coctelería. Este año, la presencia sudamericana fue especialmente destacada: tuvimos participación en los espacios de discusión. Nuestras ideas, productos y profesionales fueron reconocidos y valorados por la comunidad internacional. Una de las grandes tendencias que marcó esta edición fue la consolidación del enfoque conocido como Slow Drinks, desarrollado por el autor y mixólogo Danny Childs.

Inspirado en el movimiento Slow Food, este concepto propone una forma de trabajo más consciente que trasciende la barra y alcanza todo el ecosistema de bebidas: cócteles, cerveza, vino, café, té, sidra y más. En su ponencia, Childs explicó cómo la filosofía slow busca reducir el desperdicio, promover la biodiversidad, apoyar la agricultura sostenible, respetar el contexto cultural, fomentar la inclusión y garantizar una cadena de suministro justa. Todo con una mirada transversal que abarca desde la educación y la consultoría hasta la producción, el servicio y la creación de marca.

Esta visión se alinea naturalmente con lo que muchos profesionales en Sudamérica venimos trabajando: una coctelería conectada con el origen, respetuosa con su entorno y coherente con su historia. Nuestra región tiene todo lo necesario para liderar ese enfoque: biodiversidad, técnicas de preservación, ingredientes únicos y una narrativa propia con arraigo cultural. Uno de los espacios más destacados fue el panel South America in a Glass: Bartenders and Trends Shaping the Region, moderado con claridad por la peruana Karen Álvarez Seijas, embajadora regional de Flor de Caña, con la participación del también peruano Franco Cabachi, cofundador de Clase Maestra, quien sumó aportes precisos; el brasileño Márcio Silva; y la periodista británica radicada en Argentina Sorrel Moseley-Williams. La conducción y los aportes de Karen y Franco demostraron el nivel profesional con el que Perú está contribuyendo a la conversación regional.

El panel abordó la amplitud y diversidad del continente, puso el foco en ingredientes propios de cada país y destacó el papel de nuestros bares en la escena global. Hoy, siete bares sudamericanos figuran en el ranking The World's 50 Best Bars 2024: Tres Monos (Buenos Aires, puesto 7), Alquímico (Cartagena, puesto 8), Lady Bee (Lima, puesto 16), CoChinChina (Buenos Aires, puesto 22), Tan Tan (Sao Paulo, puesto 31), La Sala de Laura (Bogotá, puesto 44) y Florería Atlántico (Buenos Aires, puesto 46). En particular, propuestas como Lady Bee y Alquímico han

adoptado prácticas claramente alineadas con el enfoque Slow Drinks, trabajando con ingredientes de origen local, procesos sostenibles y narrativas que valoran el contexto cultural de cada insumo. Esta presencia valida el esfuerzo técnico, creativo y cultural de una región que ya no es promesa, sino presente.

Más allá de los espacios formales, Tales fue también una oportunidad para representar a Perú en conversaciones estratégicas. En intercambios con profesionales internacionales, compartí el potencial de insumos como el aguaymanto, jengibre, arándanos, mango y camu camu, y los relacioné directamente con las prácticas del movimiento Slow Drinks. Propuse formas viables para internacionalizarlos, desde técnicas de preservación aséptica hasta fermentación controlada y elaboración de licores artesanales. La intención fue clara: insertar productos peruanos en la conversación global desde un enfoque técnico, sostenible y con identidad. La tarea de vincular lo local con lo global es parte fundamental del rol que debemos asumir como representantes de nuestra región. Ya no basta con tener buenos ingredientes: es necesario entender cómo transformarlos, cómo contar su historia y cómo integrarlos en dinámicas de mercado internacionales sin perder esencia.

Tales of the Cocktail 2025 fue una confirmación de que Sudamérica tiene voz, criterio y visión. También evidenció que la comunidad sudamericana de bartenders es sólida, articulada y comprometida con el crecimiento colectivo. Para seguir elevando el nivel y avanzar en la profesionalización de la industria, es fundamental integrar de forma estratégica a grandes marcas de destilados y licores internacionales. Solo así podremos construir modelos sostenibles que combinan identidad local con estándares globales de operación, visibilidad y escalabilidad. Lo mencioné en mi columna de junio y lo reitero ahora: construir puentes entre lo propio y lo global no es solo una opción, es una necesidad para el futuro de nuestra coctelería. La industria de bebidas está evolucionando hacia un modelo más consciente, sostenible e inclusivo. En ese proceso, Sudamérica, con sus conocimientos, su biodiversidad y su fuerza creativa, está dejando de mirar desde el margen y comienza a marcar el rumbo.



Embajador de marcas, mixólogo y promotor de la coctelería peruana @jdromer

DURIGUTTI

FAMILIA MALBEC

2020

Un vino con historia para celebrar
los lazos que nos unen.



DURIGUTTI
FAMILY WINEMAKERS EST. 2002

Importado y distribuido por LAMARTRADE PERU S.A.C.

TOMAR BEBIDAS ALCOHÓLICAS EN EXCESO ES DAÑINO



Travesía ronera

Ron Centenario celebra el Día Internacional del Ron con una ruta coctelera por Amankaya, Relativo y La Calor junto a su Brand Ambassador en Perú, Jota Devia.

Escribe: Valeria Burga
Fotos: Daniel Yong & Diego Morales

Cada 16 de agosto, el mundo celebra el Día Internacional del Ron, una fecha dedicada a exaltar la historia, diversidad y riqueza sensorial de uno de los destilados más emblemáticos. Originado a partir de la caña de azúcar, el ron ha evolucionado hasta convertirse en una bebida de culto, venerada tanto por su perfil aromático como por su versatilidad en la coctelería. Ron Centenario, originario de Costa Rica y reconocido internacionalmente por su calidad, conmemora esta fecha especial con una ruta de bares donde el protagonista es su portafolio y el arte de la mixología. En compañía de Jota Devia, Brand Ambassador de la marca en Perú, cada





bartender reinterpretó el ron desde su propia mirada creativa. Aquí los cócteles que marcaron este recorrido sensorial.

Amankaya, bar de autor ubicado en el corazón de Miraflores, rinde homenaje al ron a través de creaciones profundas y aromáticas. Jota Devia presentó el Rumhattan, una elegante variación del Manhattan en clave caribeña: Ron Centenario 12 y 7 años, vermouth rosso, bitter de cacao y piel de naranja. El resultado es un cóctel especiado, con un amargor sutil y una persistencia cálida que destaca las capas del ron. Por su parte, el bartender residente Jhonny apostó por una versión tropical y sedosa: su cóctel, CAFE TACVBA, combina Ron Centenario 7, Disaronno, crema de coco, zumo de naranja, limón y un jarrabe casero de hierba luisa. El equilibrio entre acidez, dulzor y

notas herbales crea una experiencia refrescante, ideal para introducir a nuevos paladares en el mundo del ron.

En Relativo, Jota propuso una

versión del clásico Daiquiri Hemingway con Ron Centenario, licor Maraschino, cordial de toronja y jugo de limón Tahití. Esta fórmula cítrica y refrescante rinde homenaje a la leyenda litera-





ria que inmortalizó el daiquiri, pero con un giro más redondo y tropical gracias al perfil del ron. Mauricio Padilla, parte del equipo del bar especializado en ron, trajo a la barra al olvidado



cóctel Presidente, típico de la era dorada de La Habana. Su receta, a base de Ron Centenario, vermouth bianco y Cointreau, ofrece una mezcla seductora, ligeramente afrutada y con notas a vainilla y naranja que resaltan la complejidad del ron sin opacar.

El recorrido culminó en La Calor, espacio que fusiona sabor, música y mixología con identidad caribeña. Aquí, Jota Devia preparó el Capuchino Martini, una deliciosa combinación de Ron Centenario 4 años, Centenario Café, espresso, crema de café, jarabe simple y un toque aterciopelado de Disaronno Velvet. Suave, cremoso y con un amargor equilibrado, este cóctel

es ideal para cerrar la noche con intensidad y dulzura. Ricardo Sánchez, el bartender de la casa, rindió homenaje a la escuela clásica con el Palmetto, una reversión del Manhattan en mood tropical. Su receta: Ron Centenario 12, vermouth rosso, angostura bitters, orange bitters y cacao bitters. Es un cóctel sofisticado, de tonos amargos y aromáticos, ideal para los amantes del ron en su faceta más estructurada.

Esta ruta no solo celebró al ron como destilado, sino como vehículo de historias, memorias y creatividad. Ron Centenario reafirma su lugar como un aliado indispensable en la coctelería contemporánea.

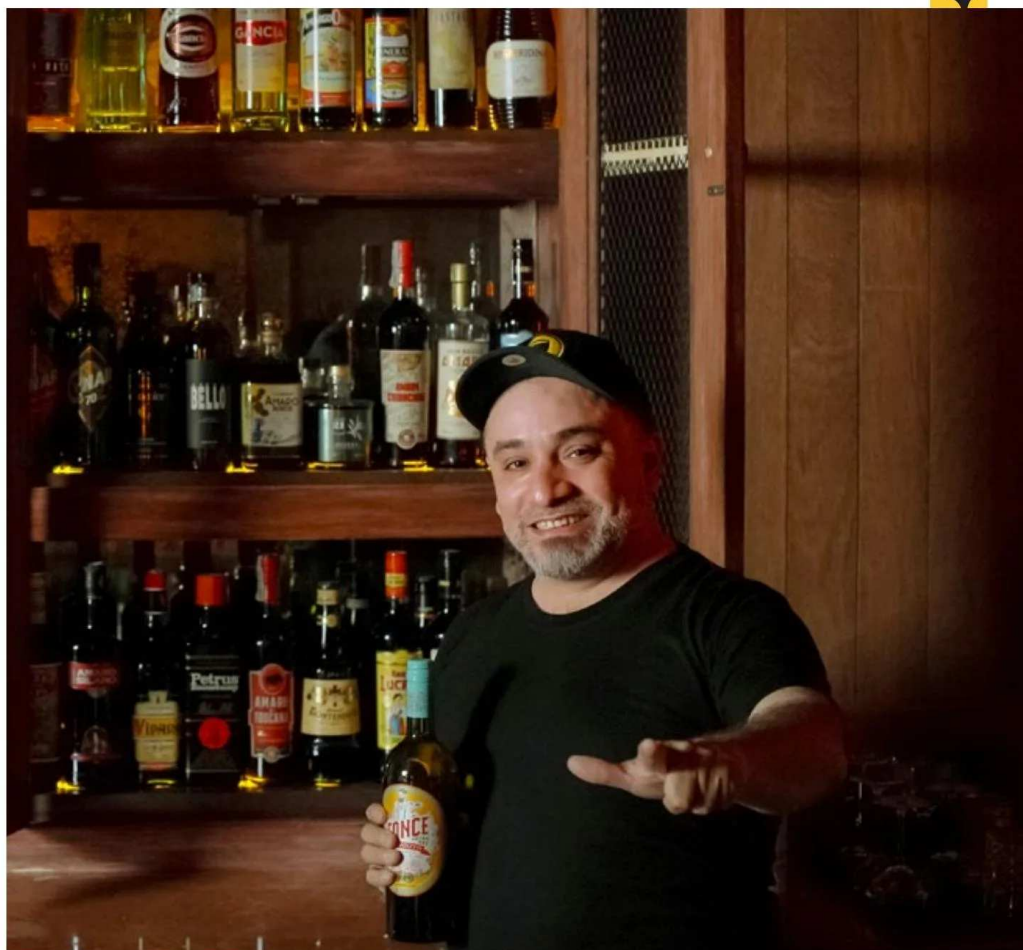


Lí Alquimia da

En Muna Craft Bar, Manuel Cigarrostegui convierte la barra en un laboratorio de emociones líquidas. Destilados propios, insumos elaborados in house y combinaciones insólitas se mezclan con precisión y propósito.

Escribe: Valeria Burga

Manuel Cigarros-tegui por fin destapa su universo personal de sabores. Su nuevo proyecto, Muna Craft Bar, es la materialización de un sueño que lo ha acompañado toda su carrera: un espacio donde la coctelería artesanal, la técnica y la imaginación se combinan sin miedo a lo inusual. 'Muna' proviene del árabe deseo o sueño. En este bar, ese sueño toma forma en una carta donde los insumos se elaboran in house: destilados propios, lactofermentos, cordiales, bitters y hasta ginger beer. Nada aquí está para cumplir; todo tiene un



porqué, un proceso y un sabor irrepetible. «No es un concepto, es literal artesanía líquida», dice Manuel mientras sirve el primer cóctel de la noche.

Empiezo con CÓCTEL #01, un homenaje juguetón a Bugs Bunny. A base de whisky Chivas 12 años, lleva un destilado de la suerte —caña macerada con pata de conejo en salsa oriental y luego redestilada—, un cordial de ají amazónico, lactofermento de zanahoria, zumo de naranja y clarificado con leche al kion. Se acompaña con un gel de zanahoria, ají dulce y limón. El primer sorbo es una explosión salina y cárnica que se abre en capas: umami, dulce, ácido, ahumado. Conforme avanza el vaso,

el cóctel se suaviza y revela notas más frutales. Es sofisticado, pero fácil de beber, incluso para alguien como yo, que suele huir del whisky.

Aquí no se trata de excentricidad gratuita. Cada destilado responde a un concepto y a una intención. La hormiga amazónica de sabor a chicharrón, la lana de oveja infundada con hierbas andinas, las conchas de mar y los hongos Porcón: todos son protagonistas en cócteles que buscan equilibrio, más que extremos de dulzor o amargor. Llega CÓCTEL #02 con gin, destilado de lana de oveja y un cordial de eneldo clarificado con yogurt de fresa, acompañado de una falsa lana de caramelo salino. Me rompió todos los esquemas. Literal. Seguimos con CÓCTEL #04, una reinención del Bloody Mary con yonque al anticucho, tucupí y sriracha casera, coronado con crocante de apio. Otra genialidad de la mente creativa que representa Cigarrostegui.

Después viene CÓCTEL #05 con destilado de conchas, licor de hongos y miel de agave andino, servido con un crocante de tinta de calamar. El CÓCTEL #12 es explícitamente una conexión. Mezcla tequila reposado, pastel quinceañero destilado y aire de piña salina. Muna no pretende ser un bar más. «Queremos ex-





poner ideas y matices, no solo vender», explica Manuel. La barra funciona como un laboratorio abierto: si el cliente lo desea, puede conocer los procesos detrás de cada creación. Este enfoque se refleja también en su compromiso con el consumo responsable: cócteles pensados para disfrutar.

La estética es minimalista, sin embargo, hay guiños lúdicos. La sorpresa puede estar dentro del hielo, como la zanahoria que emerge en el CÓCTEL #01. Para Manuel, Muna es la primera ocasión que despliega su autoría sin limitaciones. Aquí la barra es el lienzo donde mezcla tradición, experimentación y narrativa. «Un bar no puede ser un lugar acartonado; tiene que ser entretenido», dice. Y en Muna, la diversión se sirve en copa, aunque con la precisión de un alquimista.

Este bar es un recordatorio de que la coctelería, cuando se hace con propósito y detalle, despierta curiosidad, provoca conversación y deja una huella. Felicito a Manuel y a todo su equipo por un trabajo impecable que, sin lugar a dudas, va a posicionarse entre los mejores de la capital. Síguelos como @munacraftbar. Visítalos en Calle Mártir José Olaya 279, Miraflores.



Hospitalidad con propósito

Por Rosa Bonilla*



Energía limpia, experiencia plena: el nuevo SOUMA Hotel Lima redefine la hospitalidad con propósito. Como he señalado en columnas anteriores, diversas cadenas hoteleras peruanas vienen integrando prácticas sostenibles con consistencia. Pero también hay marcas internacionales que, al instalarse en nuestro país, eligen hacerlo con coherencia. Es el caso de SOUMA Hotel Lima, el primer alojamiento de la marca Vignette Collection de IHG Hotels & Resorts en Perú, operado por el Grupo Iberostar, reconocido por su compromiso ambiental.

Ubicado frente a la Costa Verde limeña, este es el primer hotel en el país que funciona con energía 100 % renovable, certificada por el sistema internacional I-REC, gracias al uso exclusivo de energía eólica proveniente de la Central Cupisnique. Esta decisión estratégica abarca todo el edificio: desde sus 214 habitaciones hasta sus espacios de bienestar, eventos y gastronomía.

El enfoque sostenible está integrado desde su origen. En su etapa previa, el hotel evitó más de 376 mil botellas plásticas, transformó 398 tonela-

das de residuos orgánicos y gestionó más de 10 mil litros de aceite usado. Hoy, ese compromiso se refuerza a través de una alianza con Sinba, organización peruana especializada en economía circular, que implementó un sistema personalizado de gestión de residuos con impacto social.

La propuesta se completa bajo el principio de kilómetro cero, impulsando el abastecimiento local e inspirada en la Reserva Nacional Pacaya-Samiria. Su arquitectura evoca el entorno natural, mientras sus experiencias —como sesiones de yoga frente al mar y degustaciones de pisco al atardecer— invitan a redescubrir el placer desde una ética ambiental. Más que imponer una estética única, SOUMA Hotel Lima propone una hospitalidad que dialoga con su entorno y abre una nueva narrativa para el turismo responsable en Perú.



Especialista en desarrollo sostenible
@catadonacata

Importado y distribuido por
L.C. GROUP S.A.C.



Juvé & Camps

RESERVA DE LA FAMILIA ROSÉ

*Cava Gran Reserva
Brut Nature*

NUEVO INGRESO

SEDUCTOR,
ELEGANTE Y
TREMENDAMENTE
DISRUPTIVO

TOMAR BEBIDAS ALCOHÓLICAS EN EXCESO ES DAÑINO

Revistas.PeruRadio.net.pe

COCTELERÍA EN MOVIMIENTO

Cinco referentes de la barra peruana se unen en 'Movimiento', una iniciativa que busca proyectar la coctelería nacional a provincias y escenarios internacionales. En solo tres meses, Gerson (Booze Bar), Luis (Luna Roja), José Luis (Casa Jaguar), John (Bijou) y Frank (Sayani) ya han despertado interés dentro y fuera del país.

Escribe: Valeria Burga





¿Cómo nace ‘Movimiento’ y por qué se juntan ustedes cinco?

Gerson Arteaga: ‘Movimiento’ surge de la necesidad de mostrar lo que estamos haciendo en los diferentes y nuevos bares de la industria peruana. La idea es reunir a periodistas y críticos gastronómicos ligados a la coctelería, y compartir nuestro trabajo. De ahí nacieron más ideas, como llevar nuestras propuestas a provincias —por primera vez— y a otros países, empezando en septiembre con la Buenos Aires Cocktail Week.

Luis Castro: También buscamos traer referentes mundiales para fortalecer la escena local, apoyar a otros bares y que tengan reconocimiento internacional. Queremos que la experiencia no se quede en un solo local, sino que muestre la diversidad de estilos y storytelling que tenemos en Perú.

¿Ya han tenido otras ediciones de ‘Movimiento’?

Gerson: Sí, hemos hecho dos en Lima. Convocamos abiertamente a más bares, pero por tiempos viajamos cinco a Cusco y luego iremos a Argentina.

Luis: En solo tres meses conseguimos logros importantes, como aparecer en una revista durante la gala de The World’s 50 Best Restaurants, y traer a Anthony Poncier, creador de la guía Top 500, lo que ayudó a que bares peruanos ingresen a su listado.



José Luis Valencia: Esto despertó interés en países como Argentina y Chile, que quieren replicar la iniciativa. Cusco fue nuestra primera experiencia fuera de Lima, y para el próximo año queremos sumar bares

de provincias manteniendo un formato simultáneo en todos los locales de 'Movimiento'.

¿Cómo ven la coctelería fuera de Lima?

Luis: Ciudades como Cusco,

Arequipa y Trujillo tienen propuestas cada vez más sólidas. Trujillo, por ejemplo, ha formado una comunidad de bartenders muy activa.

José Luis: La idea es que, en el futuro, 'Movimiento' también



aparezca en ciudades como Tacna o Arequipa, integrando a sus bares y formando algo similar a una asociación que marque un antes y un después en la coctelería peruana.

Y a nivel nacional, ¿cómo evalúan el crecimiento de la coctelería?

John Rojas (Bijou): Está en pleno crecimiento. Tenemos más turistas interesados en experiencias de bar, no solo en Lima, sino también en provincias.

Frank Alvarado (Sayani): Hoy existe turismo coctelero, una extensión natural del turismo gastronómico. Eso nos motiva a estar a la altura de ciudades referentes como Nueva York, Londres o Tokio, y a mantenernos en constante evolución.

Gerson: Somos una nueva generación de bartenders que quiere impulsar la unión desde el ini-



cio, con apertura y colaboración. Planeamos crear un manual de marca para que los bares que ingresen tengan bases sólidas y un concepto claro.

Cuéntenme un poco sobre sus bares.

Frank (Sayani): Somos un bar peruano inspirado en culturas y civilizaciones del país, con coctelería que transporta a distintos lugares y un énfasis en destilados locales. Sayani significa 'mantenerse en pie' en quechua.

John (Bijou): Clásicos bien ejecutados y cócteles de autor, en un espacio pequeño, íntimo y acogedor.

Luis (Luna Roja): El primer bar esotérico ocultista de Lima, con cócteles inspirados en deidades y mancias del mundo, fusionadas con insumos peruanos.

José Luis (Casa Jaguar): Propuesta alternativa y cultural inspirada en el hábitat del jaguar, trabajan-

do en comunidad con el rubro.

Gerson (Booze Bar): Coctelería minimalista con mucho sabor, cartas inspiradas en viajes y culturas, y un enfoque en contenido y narrativa.

¿Qué es lo que realmente los une en 'Movimiento'?

Gerson: La pasión por hacer crecer la industria.

Luis: La unión y el trabajo conjunto para mover el país entero como un solo bloque.

José Luis: Posicionar a Lima como un destino gastronómico completo, donde la coctelería sea protagonista.

Frank: Mostrar que en Perú ya existe una cultura coctelera independiente de la gastronomía.

John: Crear una ruta de bares tan sólida como la ruta gastronómica.

Todos: Atentos a las redes sociales, porque 'Movimiento' recién empieza.





REVALORIZAR LO NUESTRO

Miraflores tiene nuevos aires con la inauguración de Paco Yunque. Un restaurante que revaloriza la tradición con técnicas culinarias modernas, una selección de vinos a la altura y cócteles creativos. Disfrutamos de un maridaje excepcional junto a los vinos de Lamartrade Perú y sus bodegas insignia: Casa Marin y Durigutti.

Escribe: Valeria Burga / Fotos: Daniel Yong

Paco Yunque es la nueva sensación de Miraflores. El nombre hace alusión a un cuento de Cesar Vallejo, Paco Yunque, un niño discriminado por su lugar de procedencia. Este personaje encarna una de las principales inspiraciones del proyecto: la revalorización de lo relegado. Bajo este acto simbólico, el restaurante adopta el yunque, aguardiente andino de caña muchas veces asociado con la pobreza, para llevarlo con orgullo a cada una de sus mesas. Pero ello no queda allí. De hecho, han adquirido una destilería para producir su propio yunque artesanal que hoy protagoniza su imponente barra. La línea de cócteles, creada por Manuel Cigarrostequi, sorprende por su creatividad y carácter, y



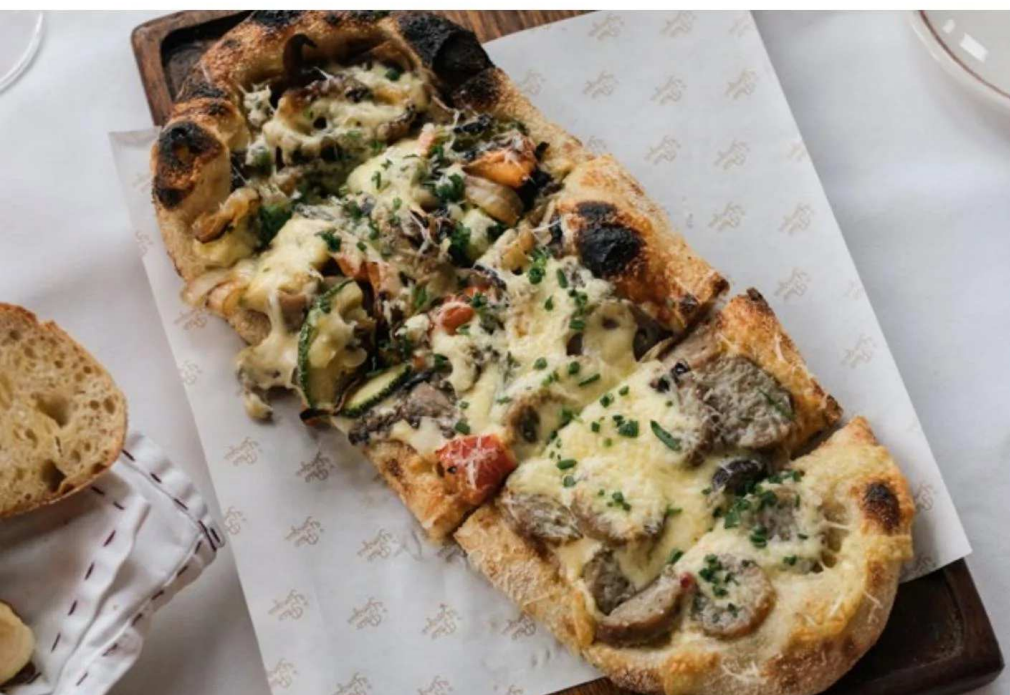


contribuye a elevar la propuesta. Sin duda, el yonque ha encontrado su lugar en el mapa gastronómico limeño.

La cocina, a cargo de Heine Herold, está diseñada para el disfrute. Tal como él señala, cada insumo tiene un propósito. Las carnes -protagonistas absolutas- provienen de Angus americano y argentino en cortes clásicos, pero con presentaciones atípicas. Una de las apuestas más interesantes son sus parrillas mixtas premium. Probamos un Porterhouse Dry Aged perfectamente curado. También las mollejas de res: crocantes por fuera y cremosas por dentro. Acompañan esta carta algunas pastas hechas en casa como el Pappardelle Rossini con ragú de carne, crema y parmesano añejo de 24 meses. Hay otras opciones más ligeras como la pizzeta de verduras parrilleras con quesos andinos y bechamel.



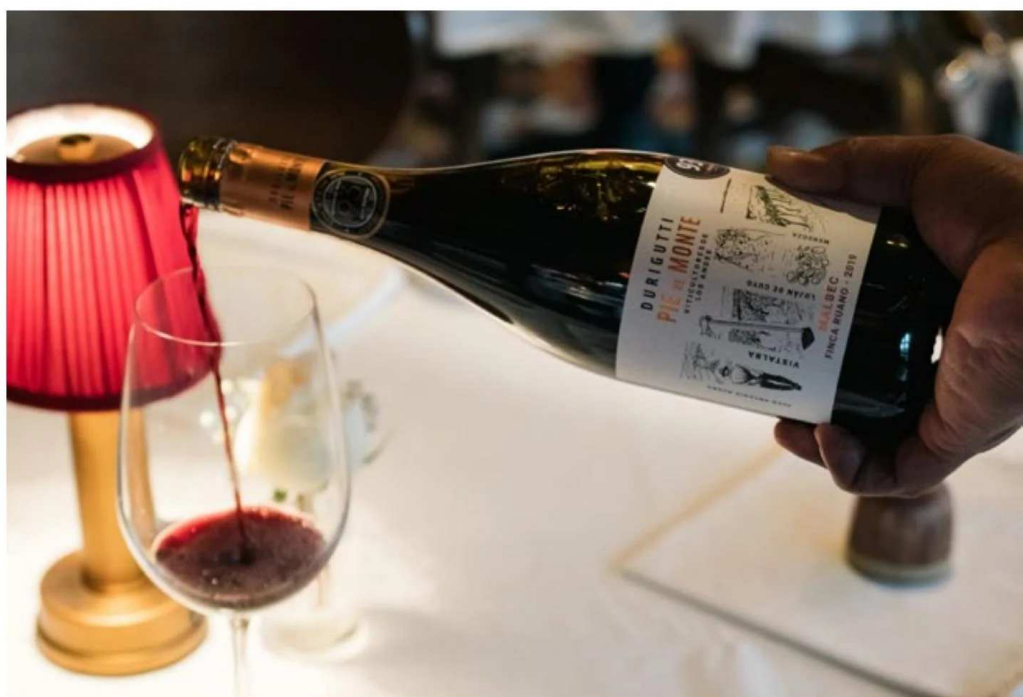
A esta experiencia se suma una carta de vinos que ha sido trabajada con la misma sensibilidad que el resto del proyecto. Angelo Cortez ha seleccionado 113 etiquetas provenientes de 14 países pensadas para acompañar cada plato. El objetivo es abrir la puerta a nuevos descubrimientos sin alejar al comensal de su zona de confort. Dentro de esta propuesta están los vinos de Lamartrade Perú, que con el paso del tiempo se han ido posicionando en los mejores restaurantes de la capital. Los vinos chilenos ocupan un lugar destacado, especialmente con Casa Marin. Uno de los maridajes



estrella que disfrutamos fue con Cartagena Riesling. Un blanco de alta acidez y perfil aromático complejo, con notas a flores blancas, frutas de hueso y pinceladas de mineralidad que redondean la experiencia. Recomendamos maridarlos junto a la pizzeta y probar con las mollejas. Este Riesling es ideal para limpiar el paladar sin restarle protagonismo a la comida. Invita a una segunda copa.

Del lado argentino, tenemos un Malbec particular. El vino escogido para acompañar las pastas y parrillas fue Durigutti Pie de Monte de Finca Ruano, Luján de Cuyo. Lo más interesante es que no pasa por barrica, sino que realiza crianza en huevos de concreto para preservar la expresión del terroir y del Malbec. Es fresco, jugoso, con presencia de fruta y taninos voluminosos. Una interpretación moderna de la variedad emblemática de Argentina y pensado para demostrar la autenticidad del terroir mendocino. Otra recomendación en tintos es Casa Marin Pinot Noir. Un tinto fresco, que expresa pura fruta roja, suave y fácil de tomar.

En Paco Yonque nada ha sido colocado al azar. Esta experiencia gastronómica, lejos de estar de moda, es un acto de memoria y revalorización por lo nuestro. Una apuesta bien ejecutada y a criterio. La experiencia eleva varios puntos con los vinos de Lamartrade Perú que son un must para la gastronomía peruana. Visítalos en Calle Mártir José Olaya 280 en Miraflores y compruébalo.





¿Sabes por qué hoy deberías tomarte una cerveza artesanal fresca?

Por Silvia de Tomás

La cerveza es una bebida milenaria que ha acompañado a la humanidad desde tiempos antiguos. Pero en medio del ruido publicitario y la estandarización industrial, a veces olvidamos qué representa realmente una buena cerveza. ¿Sabías que detrás de una copa artesanal hay ciencia, historia, identidad y un oficio de entrega constante? Técnicamente, la cerveza se define como una bebida fermentada a base de cereales, agua, microorganismos y hierbas. Los cereales pueden incluir malta de cebada, trigo, centeno, maíz o arroz. En lugar de limitarse al lúpulo, se pueden adicionar diferentes hierbas como muña, menta o hierba luisa. A todo esto se suman los adjuntos: frutas, madera, especias, tubérculos e incluso miel. El abanico creativo es casi infinito.

Su elaboración se divide en dos grandes fases: la parte caliente, que incluye molienda, maceración, filtrado, hervor y whirlpool (etapa que en una microcervecería puede durar unas 7 horas) y la parte fría, donde se enfría el mosto, se inocula la levadura y comienza la fermentación. Este proceso puede durar cerca de 25 días e incluye controles constantes de densidad, temperatura, pH y purgas. Fermentar una cerveza requiere atención y cuidado diario, tal como si cuidamos a un bebe. Muchos dicen que los cerveceros tenemos el mejor trabajo del mundo. ¡Y tienen razón! Se trata de una profesión que exige disciplina, precisión, creatividad y estudio continuo. En el mundo, algunos monasterios (como los trapenses en Bélgica y Países Bajos) han elevado la elaboración de cerveza a una forma de vida contemplativa, con fines sociales y espirituales. La cerveza, después de todo, ha sido testigo y motor de las civilizaciones.

Cada primer viernes de agosto se celebra el Día Internacional de la Cerveza. Detrás de cada barril, hay una cadena de valor extensa: agricultores, malteros, importadores, productores, maestros cerveceros, asistentes de producción, laboratoristas, jueces, sommeliers, científicos, diseñado-

res de equipamiento, académicos y muchos más. Cada sorbo es un homenaje a todos ellos. Y hay algo más. La cerveza, en manos de una microcervecería, se convierte también en una herramienta para contar historias. Hace poco estuve en Quito, Ecuador, como jueza en la Copa Mitad del Mundo, evaluando más de 550 cervezas junto a un panel internacional. Fue allí donde pude vivir de cerca cómo la cerveza puede ser una forma de identidad cultural. En colaboración con Cervecería Cósmica y Cervecería Two Brothers elaboramos una Chicha Beer, inspirada en la tradición ancestral andina del maíz fermentado. Usamos maíz de jora y maíz crudo. El resultado fue una cerveza viva, colorida, ácida, que hablaba de nuestras raíces.

Esa experiencia me recordó algo esencial: beber cerveza artesanal fresca no es solo una elección de sabor. Es también un acto de conexión. Apoyar a una microcervecería es apoyar a una familia, a una comunidad, a un estilo de vida. Beber cerveza artesanal fresca se parece a tomar un café de especialidad: uno se detiene, conversa y comparte. Es un acto íntimo y consciente. Invita a sentir los aromas, a descubrir sabores nuevos y, sobre todo, a celebrar el momento presente. Así que hoy, cuando tengas un momento de pausa, sírvete una cerveza hecha por tu cervecería favorita y brinda por quienes la hacen posible. Una cerveza fresca calma la sed, despierta memorias, inspira historias y acompaña momentos. Y ello, en tiempos como estos, merece celebrarse. ¡Salud!



Jueza de Cervezas Nacional
acreditada por BJCP
@silviadetomas

Importado y distribuido por
L.C. GROUP S.A.C.

Luigi Bosca

DE SANGRE



VINOS QUE EXPRESAN LA ESENCIA DE NUESTRA PASIÓN

TOMAR BEBIDAS ALCOHÓLICAS EN EXCESO ES DAÑINO

Revistas.PeruRadio.net.pe

SABOR AUTÉNTICO

Mahou 0,0 Tostada redefine una cerveza sin alcohol: sabor auténtico, carácter tostado y equilibrio perfecto. Una propuesta pensada para quienes no renuncian al disfrute ni a su estilo de vida.

Durante más de 130 años, Mahou ha construido una reputación que trasciende fronteras, consolidándose como un referente de calidad, innovación y tradición cervecera. Hoy, esa historia da un paso más allá con una propuesta que desafía los preconceptos y conquista incluso a los paladares más exigentes: Mahou 0,0 Tostada, una cerveza sin alcohol.

En un mercado cada vez más orientado al equilibrio y al bienestar, el consumidor actual no está dispuesto a sacrificar sabor por responsabilidad. Mahou lo sabe. Por eso, con Mahou 0,0 Tostada ofrece una experiencia que mantiene todo el carácter, la intensidad y la riqueza de una buena cerveza sin una sola gota de alcohol.







Elaborada con 100% ingredientes naturales y una cuidada selección de maltas tostadas, Mahou 0,0 Tostada se distingue desde el primer vistazo por su color ámbar profundo y su espuma cremosa. Pero es al acercarla a la nariz donde realmente empieza el viaje sensorial: notas de caramelo, cereales tostados y un toque sutil de lúpulo anticipan lo que vendrá.

En boca, la experiencia es redonda, equilibrada, sin estridencias, pero con carácter. Cada sorbo es un guiño a la tradición cervecera, con matices tostados que remiten a las cervezas clásicas, aunque con la ligereza y frescura que busca quien prefiere un estilo de vida más consciente. El resultado es una cerveza que no necesita alcohol para ofrecer plenitud, cuerpo y personalidad.

Hoy, las 0,0 ocupan un lugar protagónico en las mesas, en los bares y en las decisiones de consumo de millones de personas que quieren disfrutar sin compromisos. Porque no siempre se trata de lo que contiene, sino de lo que evoca. Mahou 0,0 Tostada evoca lo mejor de la cultura cervecera: autenticidad, artesanía, carácter y disfrute. Ya disponible en supermercados, tiendas especializadas y restaurantes selectos. Descúbrala. Disfrútala. Sorpréndete. El verdadero sabor no necesita alcohol.



**TWO
BROTHERS**
CERVEZA ARTESANAL

**TWO
BROTHERS**
CERVEZA ARTESANAL



ELEVANDO LA CERVEZA

Silvia De Tomas está transformando la cerveza artesanal peruana. Desde Cebichela y Two Broders, fusiona ingredientes locales con técnicas internacionales, creando maridajes que conquistan paladares. Su meta: darle a la cerveza el lugar que merece en la alta gastronomía.

Escribe: Valeria Burga

En el corazón de la avenida Rosa Toro (1151, San Borja), donde hace más de dos décadas nació Cebichela, Silvia De Tomas ha construido una historia que mezcla tradición familiar, innovación y una determinación que rompe barreras de género. Hoy, como jueza internacional de cervezas y maestra cervecera de Two Broders, su nombre es sinónimo de calidad y creatividad en la escena cervecera artesanal.

La historia empezó cuando sus padres, ex distribuidores de Cusqueña, decidieron fundar un restaurante con fábrica propia, inspirados en el maridaje perfecto para el paladar limeño: cerveza artesanal y cebiche. Silvia, con apenas nueve años, ya





ayudaba en la operación y pronto descubrió que su vocación estaba entre lúpulos, maltas y levaduras. Cada cerveza de Two Broders tiene un relato y un perfil sensorial cuidadosamente diseñado. La Hefeweizen —elaborada con 50 % de trigo y levadura importada— ofrece aromas a frutas como plátano, pera y manzana, con un toque de clavo de olor y flores blancas. Su baja graduación alcohólica (5 %) y amargor sutil la hacen ideal para platos frescos, como un cebiche clásico, donde su cremosidad equilibra la acidez del limón.

Mía, una Altbier con cañihua andina, combina maltas caramelo y tostadas ligeras para un cuerpo seco y fresco. La cañihua aporta matices terrosos y de nuez moscada, perfecta para acompañar mariscos salteados, potenciando el umami sin opacar la frescura del plato. La Vendimia Italia, híbrido entre cerveza, vino y pisco (estilo Grape Ale), se elabora con uva Italia del valle de Lunahuaná y fermenta con levaduras de vino y cerveza. El resultado es una bebida dorada, ligera y efervescente, con notas a jazmín, níspero y lichi. Su versatilidad la acerca tanto al espumante como al pisco aromático, ideal para maridar con pescados blancos o postres cítricos. Una cerveza de excelencia.

Entre sus próximos lanzamientos, destacan la Chicha Beer —con maíz de jora, hierbas andinas y un perfil ácido limpio— y la Peruvian Chicha Morada Beer, que reinterpretará la tradicional bebida morada con aromas de piña, higos y membrillo. Más allá de replicar es-

tilos clásicos alemanes, irlandeses o estadounidenses, Silvia busca imprimir un sello peruano: algarrobina, maca roja, cocona y café de especialidad son algunos ingredientes que ha incorporado. El reto, confiesa, es técnico: «No existen manuales para trabajar estos insumos en cerveza, hay que experimentar para lograr equilibrio, estabilidad y armonía sensorial» Esa búsqueda de identidad se fortalece con colaboraciones con chefs como Aldo Yaranga de AWA o proyectos que integran cerveza artesanal a la alta gastronomía.

Su trayectoria —desde aprender procesos en la adolescencia hasta fundar la Copa Latinoamericana de Cervezas Artesanales— la ha posicionado como líder y formadora. Desde 2006 dicta clases en la escuela Brewmart, transmitiendo conocimientos a aficionados y profesionales. También organiza pasantías cruzadas con cocineros y bartenders para que la industria gastronómica conozca la cerveza desde adentro. El crecimiento de Two Broders y Cebichela no se limita a la producción: su meta es abrir un bar en Miraflores o Barranco para acercar más al público a la experiencia de la cerveza de barril, fresca y servida en cristalería adecuada.

Con cada medalla obtenida en competencias internacionales, Silvia confirma que su apuesta por la calidad y la identidad está dando frutos. «Elevar la cerveza es darle el lugar que siempre mereció en la mesa», asegura. Y en cada sorbo de sus creaciones, esa misión se saborea con claridad.



Moscatel: elegancia aromática

Por Livio Pastorino Wagner*

«El pisco Moscatel es tan elegante como una figura clásica del cine». La uva Moscatel ha sido reconocida a lo largo de los años por su capacidad para producir piscos excepcionales, elegantes y aromáticos. Con sus racimos sueltos y bayas violáceas, la Moscatel se posiciona como una de las cepas más sofisticadas dentro del universo de las uvas pisqueras. En este artículo, exploramos las particularidades de esta variedad, su perfil sensorial, sus características agronómicas y su importancia en la producción de pisco.

A pesar de la confusión que a veces se genera con otras variedades como la Moscatel de Alejandría, la Moscatel pisquera peruana —una de las ocho uvas autorizadas por la CRDO Pisco— es una uva con identidad propia, que cumple un papel esencial en la creación de piscos aromáticos y mistelas. Se cultiva principalmente en los valles de Ica, Pisco y Cañete, así como en regiones más al sur —donde, en mi opinión, se elaboran los mejores piscos Moscatel del país— como Arequipa (Caravelí), Moquegua y Tacna, donde su adaptación a los suelos arenosos y cálidos favorece una producción de alta calidad. Esta uva se caracteriza por su bajo rendimiento, lo que contribuye a que el pisco Moscatel sea percibido como un destilado de lujo.

La Moscatel presenta aromas intensos que evocan flores como el jazmín, el azahar y la rosa, así como notas cítricas (mandarina), frutales (durazno, maracuyá), dulces, (compota de durazno), toques herbáceos, hierba fresca, frutos secos (nuez), especias (clavo de olor, ají) y un ligero amargor elegante. Su sabor es igualmente distinguido, con una estructura compleja, suavidad en boca y una persistencia notable. En algunos casos, los catadores señalan un leve picor que recuerda al ají amarillo, rey de la gastronomía peruana, como parte de su carácter expresivo.

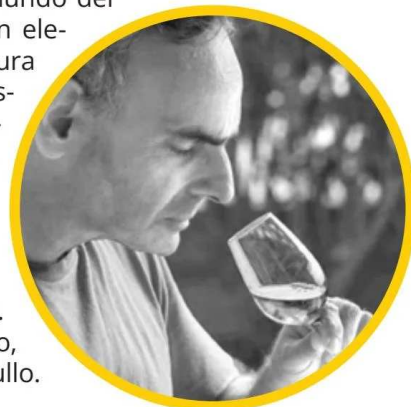
Es importante aclarar que existen diversas cepas de Moscatel en el mundo, cada una con sus propias características. La Moscatel de Alejandría, de origen africano, es una de las más conocidas en regiones vinícolas del Mediterráneo. La Moscatel de grano pequeño (petit grain) y la Moscatel de Hamburgo (también llamada Moscatel negra) son otras variantes cultivadas principalmente en

Europa. Sin embargo, la Moscatel pisquera peruana no se corresponde con ninguna de estas y, aunque aún no ha sido registrada individualmente en el catálogo internacional VIVC, su perfil sensorial y morfológico es único.

Por otro lado, la uva Italia, también autorizada para la elaboración de pisco, no es una Moscatel pura, sino un cruce obtenido por el viticultor italiano A. Pirovano en 1911, a partir de Bicané × Moscatel de Hamburgo. Conocida en España como Ideal, Doña Sofía o Incrocio Pirovano 65, se caracteriza por su grano grande, color verde-amarillo. En Perú, también se llama Italia a la Moscatel de Alejandría, lo que ha generado una confusión que aún no se ha resuelto del todo. No hay datos oficiales sobre cuál de estas Italías predomina en cultivo, aunque ambas se usan en la destilación.

En el ámbito vitivinícola, el pisco Moscatel ha adquirido reputación por su refinamiento. Sus notas florales y afrutadas lo convierten en uno de los piscos más apreciados por catadores y aficionados. La vendimia se realiza entre febrero y marzo; posteriormente, el proceso de destilación se lleva a cabo con especial cuidado para preservar sus aromas delicados. Aunque su rendimiento por hectárea no es elevado (entre 22,000 y 25,000 kg/ha), este factor contribuye a su calidad superior.

Para muchos catadores, un buen pisco Moscatel es un verdadero placer sensorial; una bebida que encierra la esencia de las uvas pisqueras peruanas en cada gota. Como se dice en el mundo del vino y el pisco, 'es tan elegante como una figura clásica del cine', un destilado digno de admiración. Que el cultivo de estas cepas únicas siga floreciendo, de la mano de quienes valoran y definen el arte del pisco. Disfrútelo con respeto, conocimiento y orgullo. ¡Hasta la próxima!



Catador profesional, sommelier y parte de Noches de Cata con Pisco
www.liviopastorino.com
 @elmagozurdo

Importado y distribuido por
L.C. GROUP S.A.C.

Des
coR
Cha
dos
2025



JUDAS

JUDAS MALBEC

Una ilusión familiar fue elaborar esta partida limitada para consumo exclusivo. Un miembro de la familia, decidió compartirlo con terceros.

SOTTANO

TOMAR BEBIDAS ALCOHÓLICAS EN EXCESO ES DAÑINO

MÁS QUE UN CLUB, UN ESTILO DE VIDA

ESCRÍBENOS Y SÉ PARTE

+51 974 260 166

@:CONCEPTOPLACERPERU



CLUB
EXPERIENCIA

ROMBOVI
Wines - Spirits - Dishes & Cigars

TOMAR BEBIDAS ALCOHÓLICAS EN EXCESO ES DAÑINO